

PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE SOCIOLOGÍA CON MENCIÓN EN DESARROLLO.**

INTERACCIÓN SOCIAL EN FACEBOOK

JULIO CÉSAR TROYA SILVA

DIRECTOR: MTR. ALEJANDRA DELGADO

QUITO, 2014

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

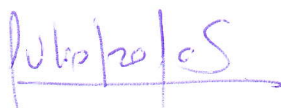
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, JULIO CÉSAR TROYA SILVA, C.I. 171684170-3 autor del trabajo de graduación intitulado: "Interacción social en Facebook", previa a la obtención del grado académico de SOCIOLOGÍA CON MENCION EN DESARROLLO en la Facultad de Ciencias Humanas:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 30 de OCTUBRE del 2014



JULIO CÉSAR TROYA SILVA
C.I. 171674170-3

Tabla de Contenidos

Dedicatoria	II
Agradecimientos	III
Resumen	IV
Introducción	V
CAPÍTULO I	1
1. Interacción y Sujetos de Interacción	1
CAPÍTULO II	12
2. Interactividad virtual	12
2.1 Interacción Social	12
2.2 Mundos virtuales (de interacción)	19
2.3 Juventud como sujeto de interacción	25
CAPÍTULO III	29
3. La Interacción en Facebook	29
3.1 Ocio Interactivo	29
3.2 Internet y redes sociales	32
3.3 Facebook como fenómeno de interacción	46
CAPÍTULO IV	64
4. Transformaciones en las relaciones sociales	64
5. Conclusiones	72
Bibliografía	76

Dedicatoria

*“Nunca morimos de verdad. Mientras una parte
de nosotros pueda ser perpetuada tal como
una célula hace con la siguiente al dividirse,
seguiremos viviendo por siempre”*

-Cita tomada de la película “Lucy” (2014)

*A quienes busquen respuestas en esta tesis.
Ustedes son la base para que todo conocimiento se propague.*

Agradecimientos

*A mis padres, por toda una vida de esfuerzos que
me permiten a mí ser hoy el hombre que soy.*

*A mis hermanas y sobrinos,
por estar siempre a mi lado a pesar de todo.*

*A los nuevos amigos que hice mientras cursaba la carrera
(Nicolás, Ramón, Pepa, Guille, Japito, Flaco, Lola)
que han sido mi soporte a lo largo de todos estos años;
y a los viejos amigos
(Cheche, Morras, Morenito, Beto, HC, Paulito, Batman)
que creyeron en mí desde el inicio.*

*A los profesores que permitieron
que uno pueda aprender de su sabiduría;
especialmente Aleja, por la paciencia y la ayuda brindada.*

*A mis contactos en Facebook,
que día tras día me alimentaban de elementos
y motivación para continuar con esta investigación.*

Resumen

La presente investigación pretende analizar las interacciones sociales que se presentan en la vida cotidiana de los sujetos pero que están atravesadas por las redes sociales, en especial Facebook, como resultado de una resignificación del ocio. Esta socialización mediada por un ordenador difiere de la interacción cara-a-cara por lo que Facebook se ha venido estableciendo como una institución legitimadora de las relaciones sociales, como un espacio para mostrar la identidad del sujeto y por tanto ha logrado calar dentro de la cotidianidad de los nativos y migrantes digitales y ha modificado muchos de los elementos de la sociedad.

Palabras clave: Redes sociales, interacción, identidad, Facebook, Nativos digitales, legitimación

Abstract

This investigation intends to analyze the social interactions that occur on the everyday life of any given person but that are influenced by social networking, especially Facebook, as a result of a re-signification of leisure time. This computer-mediated socialization differs from face-to-face interaction causing Facebook to become a legitimating institution of social relations, a space for one to show its identity and therefore immersing into the everyday life of digital natives and digital migrants as well as changing various elements of society.

Key words: Socialization, interaction, identity, Facebook, Digital natives, legitimation.

Introducción

En un tiempo en el que la tecnología avanza a pasos agigantados y modifica la vida cotidiana de las personas, dentro del vasto universo que representa el internet surgen las nuevas redes sociales virtuales que representan una nueva manera de interactuar entre personas. A través de un ordenador, y accediendo a una cuenta en la página www.facebook.com, el usuario ingresa a una plataforma que le permite establecer contacto con gente que pueda o no conocer cara a cara.

La presente investigación pretende enfocarse en las interacciones que puedan desembocar de la socialización entre usuarios de Facebook. Al poseer elementos diferentes de lo que se puede considerar una interacción normal a la que están acostumbradas las personas que han vivido desde antes de la creación del internet, o de las plataformas que vienen con ello, las interacciones por medio de un ordenador difieren de los otros tipos de dinámicas sociales, a pesar de mantener muchas de las características de un proceso de socialización.

La interacción cara a cara, que a lo largo del tiempo se ha presentado como el pilar de la socialización por excelencia, se encuentra con las nuevas características que Facebook presenta y que renueva periódicamente debido a los avances tecnológicos. Hoy en día, es completamente factible mantener una conversación, hablada o escrita, con una persona que se encuentre a cientos de kilómetros de distancia, así como también es posible extender la relación preexistente entre individuos. De una u otra manera, se habla de una interacción diferente que implica cambios en la socialización de los sujetos y por tanto en su cotidianeidad. Ya que Facebook está completamente integrado a la vida cotidiana de los individuos, gracias a tecnologías como laptops, tablets y smartphones, el usuario puede estar conectado todo el tiempo.

En el primer capítulo, se definirán los conceptos sociales básicos para entender el fenómeno de las redes sociales. La interacción, la socialización, la cotidianeidad, el sujeto y el mundo son las palabras claves de la construcción social de la realidad que servirán de base para analizar las acciones desarrolladas en el entorno de la plataforma virtual. Se

entenderá también el proceso mediante el cual el otro significativo es importante para establecer y reafirmar la identidad del sujeto.

En el segundo capítulo se aplica el concepto de interacción social al mundo virtual, el cual también es definido como un espacio en el cual los jóvenes son definidos como sujetos de interacción en un entorno diferente. Es aquí donde surgen los conceptos de nativos digitales y migrantes digitales, dos de los principales actores en la dinámica a estudiar.

En el tercer capítulo se tratará la interacción en Facebook a partir de una resignificación del ocio, que ahora como un elemento intersticial da pie a que las plataformas virtuales se integren en la cotidianeidad. De igual manera, se definen las redes sociales, específicamente a Facebook como escenario en el que se llevan a cabo las nuevas interacciones entre jóvenes.

Finalmente, en la cuarta sección de la investigación, a manera de conclusiones, se leerán los resultados del estudio desde los conceptos tratados anteriormente.

CAPÍTULO I

1. Interacción y Sujetos de Interacción

La experiencia social más importante es la interacción entre sujetos puesto que el hombre¹ es un ser social y existe la necesidad de relacionarse con las personas de su entorno para comprender y aprehender la realidad inherente a su comunidad. Cuando la interacción se produce en la situación cara-a-cara, las reacciones que el sujeto obtiene del otro le entregan las pautas para complementar la dinámica y por tanto se produce un proceso de socialización que origina el entramado de las relaciones sociales y, por ende, de la sociedad. Esto no significa que la interacción cara a cara sea la única forma de relacionarse, pero es la más “cercana” entre los sujetos.

Berger y Luckmann, en “La Construcción Social de la Realidad” (2005), comentan que la experiencia más importante que tengo de los otros se produce en la situación ‘cara a cara’ y es de donde se derivan los demás casos. La realidad de la vida cotidiana se reafirma continuamente con la interacción del individuo con otros y por tanto crean la probabilidad de la reproducción social.

Al igual que las instituciones y demás componentes de la realidad social, las creaciones tecnológicas e informáticas tienen en su origen características que las catalogan como construcciones sociales. Es en la relación en persona, ‘cara a cara’, una relación “espejo”, donde los sujetos reaccionan de acuerdo a lo que el otro actor le muestra y por tanto nos es posible la maduración de la vida cotidiana, en la que la interacción está supeditada a la reacción del otro, con quien comparto una función común, a mis acciones.

En la situación ‘cara a cara’ la subjetividad del otro me es accesible mediante un máximo de síntomas por lo que todas las demás formas de relación con el otro, en diversos grados, son remotas. De ninguna manera se puede saber qué es lo que exactamente piensa el otro, por lo que únicamente percibimos la subjetividad de su accionar o de su pensar, y este ejercicio resulta más fácil en una interacción en la que tenemos acceso a las reacciones de los demás individuos. Una vez que se pierde este elemento, la relación entre

¹ Se utiliza “hombre” como generalización de “persona”.

participantes se vuelve un tanto remota, pues surgen dudas en cuanto a la subjetividad de las respuestas del otro.

Los sujetos que interactúan supondrán reciprocidad en la dinámica, así como en la tipificación que hacen el uno del otro. Estas interacciones son bastante flexibles y no obedecen a pautas específicas, sino que serán constantemente modificadas por la enorme variedad y sutileza del intercambio de significados subjetivos que se produce. Sin embargo, una vez que el sujeto capta la subjetividad del otro, la reciprocidad en la interacción provoca esquemas tipificadores mediante los cuales los actores se aprehenden y establecen una relación que, de repetirse en varias ocasiones, llegará a ser previsible. Los encuentros con otros en la vida cotidiana son típicos en un sentido doble: yo aprehendo al otro como tipo y ambos interactuamos en una situación que de por sí es típica. (Berger & Luckmann, 2001)

En cuanto a las interacciones que se desarrollan en la vida cotidiana, es importante considerar si la experiencia fue directa o indirecta. Es una cosa relacionarme cara a cara con individuos con los cuales comparto la mayor parte de mi tiempo, y otra interactuar con algún contemporáneo del cual solo tengo recuerdos más o menos detallados. En las situaciones “cara a cara” tengo evidencia de sus actos, de sus atributos (Berger & Luckmann, 2001), mientras que en los otros casos puedo obviar ese tipo de detalles. Todo depende de la frecuencia con la que existan las interacciones y la necesidad que tenga de repetirlas. A pesar de ver al conserje del edificio todos los días, no tengo la necesidad de verlo al igual que a un miembro de mi familia. Se crea entonces una gama de tipificaciones que definen a la estructura social de interacciones en donde un polo lo conforman las interacciones cara a cara mientras que en el otro polo aparecen las interacciones básicamente anónimas que nunca podrán considerarse como interacciones que determinen un cambio considerable en el accionar del sujeto.

Es importante considerar que uno de los elementos básicos de la interacción es el lenguaje. Si bien surge en cuando se interactúa “cara a cara”, puede ser utilizado en varias maneras que comprenden el espectro completo de interacciones. La comunicación legítima a los procesos puesto que muestran la subjetividad de uno hacia otro y por tanto permiten a los sujetos interrelacionarse. El lenguaje es capaz de trascender la realidad de la vida

cotidiana y reduce a un común denominador a los acontecimientos externos e interiores (Heller, 1991) ya que tiene la capacidad de comunicar significados que no son expresiones directas de subjetividad “aquí y ahora” por lo que el lenguaje es capaz de transformarse en depósito objetivo de vastas acumulaciones de significados y experiencias (Berger & Luckmann, 2001). La comunicación entre sujetos es una necesidad social irrefutable y el lenguaje es la herramienta perfecta para que exista interacción en la vida cotidiana y sus objetivaciones comunes se sustentan primariamente por la significación lingüística.

Las interacciones se presentan a sí mismas como relaciones sintácticas entre los actos de distintas personas mutuamente presentes los unos ante los otros (Goffman, 1967). Independientemente de la situación, el sujeto social llegará a tener contacto con el otro, puesto que, en cualquier sociedad, siempre surge la posibilidad de interacción, sea esta hablada o no. Siempre existe variadas interacciones que definen a quienes participan de la dinámica y son acciones primordiales en el desarrollo de la vida cotidiana; el sujeto está llamado a vivir en sociedad, en comunidad y a relacionarse con otras personas no solo como una actividad para obtener beneficios, sino como una necesidad biológica y evolutiva de definirse a sí mismo como un ser social.

Una vez que los sujetos mantienen una interacción cara a cara, se puede observar claramente el proceso de socialización, que no es más que la dinámica con la cual conformamos el sentido de comunidad, puesto que establecemos relaciones con otras personas. En “La construcción social de la realidad” se menciona a la socialización como pilar fundamental de la realidad. Se habla de una socialización exitosa cuando hay un alto grado de simetría entre la realidad objetiva y la realidad subjetiva (Berger & Luckmann, 2001); es decir cuando la identidad del sujeto y su relación con el contorno y la comunidad concuerdan con las percepciones exteriores de los sujetos con los que interactúa cotidianamente. Las socializaciones inician con el establecimiento de roles y a partir de ellos definen a varios tipos de socialización. La primera socialización es la que se da en la infancia, en donde el niño aprende que él es lo que le llaman.

Berger y Luckmann encontraron que:

“Esta abstracción de “roles” y actitudes de otros significantes concretos se denomina como el otro generalizado. La generalidad de otros pretende estabilidad y continuidad de su propia auto-identificación.” (Berger & Luckmann, 2001)

Surge entonces el concepto de ‘otros significantes’. Estos son quienes, en relación con el individuo, moldean la identidad de la persona y del rol que ejerce. Es decir, legitiman e identifican las acciones apropiadas para cierto lugar, momento y persona. El otro significativo construye a los demás a través de su lenguaje y contacto continuo con el individuo y la importancia que éste le da a ellos y al “coro”. En el caso de la primera socialización, el niño no interviene en la elección de sus otros significantes, por lo tanto se identifica con ellos casi automáticamente y es por eso que los otros significantes moldean la identidad del niño. La identidad es la realidad socio-cultural del individuo que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad. (Berger & Luckmann, 2001)

La socialización secundaria es la adquisición del conocimiento específico de roles, los mismos que pueden estar arraigados en la división del trabajo y por tanto estar sujetos a la internalización de sub-mundos institucionales. La segunda socialización implica, entonces, al trato de amigos y colegas. Berger y Luckmann afirman que las acciones adquieren una carga afectiva y el individuo se compromete ampliamente con la nueva realidad; se entrega a la misma no en forma parcial sino con lo que subjetivamente constituye su vida entera (Berger & Luckmann, 2001). Este es el tipo de socialización en el que se diferencian los roles y existen diferentes compromisos por parte de las personas para diferentes realidades institucionales. Es la misma interacción la que eventualmente define los roles específicos para cada individuo a partir de la repetición de acciones en la cotidianeidad, y por tanto definen también la identidad de los individuos.

Los roles adquiridos son tipos de actores en un contexto de cúmulo de conocimiento objetivizado. El actor que desempeña su rol se vuelve ipso facto susceptible de coacción (Berger & Luckmann, 2001). El análisis de los roles tiene particular importancia para la sociología del conocimiento porque revela las mediaciones entre los universos macroscópicos de significado y de la manera en que estos toman realidad subjetiva en los individuos. Está implícito que la socialización consiste en la interacción de sujetos con determinados roles que confluyen en una situación particular.

Es útil contemplar el concepto de reificación para esta dinámica, puesto que para Berger y Luckmann, es la aprehensión de fenómenos humanos como si fueran cosas, de los productos de la actividad humana como si fueran algo distinto de los productos humanos. La reificación implica que el hombre es capaz de olvidar que él mismo ha creado el mundo humano (Berger & Luckmann, 2001). El punto de inflexión es saber si el hombre conserva conciencia de que el mundo social fue creado por los hombres y por tanto pueden rehacerlo, o en última instancia, redefinir las dinámicas de acuerdo a los cambios provocados por las permutaciones en los campos tecnológicos, psicosociales o políticos.

“Para Mead la socialización es un proceso en el cual el sí mismo se construye en y por la interacción comunicativa con otros y por medio de las relaciones de tipo social y comunitarias que se entablan entre el socializado y el socializador.” (Molina & Valenzuela, 2011)

La socialización entre un sujeto y su otro significativo devela un proceso de legitimación recíproca. Esta legitimación no solo indica al individuo por qué debe realizar una acción y no otra; también le indica por qué las cosas son lo que son. Una vez adquirida la segunda socialización de un individuo, esta dinámica definirá sus roles particulares e inclusive generales, lo que crea una dependencia socio-emocional de los otros significantes. Esto quiere decir que se vuelve necesaria la presentación de uno mismo, de su identidad y de sus roles para la aceptación y legitimación de los pares que implican inmediatamente un conocimiento de sí mismo y presentan un momento de aceptación e inclusión. Es importante no olvidar que cualquier sujeto también es el otro significativo de algún otro individuo, por lo que el proceso se reproduce y recrea los procesos mencionados.

Se habla de una socialización exitosa cuando hay un alto grado de simetría entre la realidad objetiva de un individuo con la realidad subjetiva de su percepción exterior. La socialización en esas condiciones produce identidades socialmente pre-definidas que se reconocen con facilidad, tanto objetiva como subjetivamente. El éxito máximo de la socialización se obtiene probablemente en las sociedades que poseen una división del trabajo más sencilla y una mínima distribución del conocimiento (Berger & Luckmann, 2001). Por el contrario, el “individualismo” se vincula directamente a la posibilidad de socialización deficiente.

En “La construcción social de la realidad” se menciona que la socialización deficiente dentro de un mundo social puede ir acompañada de un éxito en otro. Ello puede ser resultado de una heterogeneidad de los elencos socializadores, mediatización de mundos agudamente discrepantes realizada por otros significantes durante la socialización primaria, discrepancias entre la socialización primaria y la secundaria (Berger & Luckmann, 2001) lo cual lleva a una alienación del individuo que bien puede ser causada por exclusión del *coro* (el conjunto de otros significantes particulares en la cotidianeidad de un individuo) así como una auto exclusión con el fin de minimizar críticas por parte de sus pares.

“La acción social se orienta cuando tomando en cuenta la diversidad de *mis*, en el contexto del otro generalizado en su papel de observador y juez, el yo sopesa los resultados de su acción en un ejercicio de acciones adelantadas imaginariamente y decide que camino elegir entre las distintas opciones. La socialización entonces puede ser comprendida a partir de experiencias determinadas en una pluralidad de perspectivas”. (Molina & Valenzuela, 2011)

Una socialización exitosa con varios tipos de interacciones, al desarrollarse de manera natural, definen la cotidianeidad del sujeto. Son estas acciones entre sujetos las que condicionan al diario vivir y establecen una ‘hoja de ruta’ que permite que la socialización fluya sin necesidad de vastas explicaciones de cada movimiento de los individuos implicados. Al mantener establecidos roles específicos que implican una interacción determinada entre dos personas, la una y la otra supondrán reciprocidad en la tipificación que hacen el uno del otro. La vida cotidiana es pragmática y por tanto el sujeto posee conocimiento de receta sobre el funcionamiento de las relaciones humanas. El “ya volvemos a empezar” se transforma en “así se hacen las cosas” y mediante esta dinámica, se desarrollan sin problema las interacciones en el mundo real. La cotidianeidad se divisa como un flujo de actividades que no necesitan una explicación de cada acción individual puesto que la repetición de las acciones ha establecido una especie de rutina (Berger & Luckmann, 2001).

El sujeto percibe el mundo cotidiano de acuerdo a lo que se le muestra en frente, lo que coincide con lo que ve y con lo que siente. Lo más común es que la realidad de la vida cotidiana se organice alrededor del “aquí” del cuerpo del sujeto y del “ahora” de su presente. La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente (Berger & Luckmann, 2001). La conciencia de lo que se percibe en la vida cotidiana, sin embargo, no se limita a

esa especificidad temporal y espacial, sino que se pueden abarcar fenómenos que no están presentes “aquí y ahora”. Esto quiere decir que la atención de uno a este mundo está determinada por lo que se hace, por lo que se ha hecho y por lo que se piensa hacer, pero con la posibilidad de que haya un interés indirecto en zonas y acciones más alejadas. La intensidad del tiempo en cambio nos permite dar cuenta de las formas desiguales de envejecimiento. El tiempo registra su paso en el rostro y en el cuerpo de los individuos, y es participe en la definición de proyectos y expectativas personales y sociales. (Molina & Valenzuela, 2011)

La realidad de la vida cotidiana se presenta como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros y que implica correspondencia continua entre sus significados y los significados propios. La vida cotidiana es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social (Heller, 1991). En toda sociedad hay una vida cotidiana y todo hombre la tiene, lo que nos muestra que la realidad de la vida cotidiana se da por establecida como realidad. Berger y Luckmann reafirman esta idea mencionando que la realidad no requiere verificaciones adicionales sobre su sola presencia, está ahí como facticidad evidente de por sí e imperiosa. Aun cuando se pueda tener dudas acerca de su realidad, esas dudas se disipan puesto que el sujeto existe rutinariamente en la vida cotidiana. (Berger & Luckmann, 2001)

La temporalidad es un factor determinante en la vida cotidiana, ya que el tiempo en la realidad cotidiana es continuo e ilimitado. Toda la existencia en el mundo está ordenada continuamente por su tiempo y por tanto surge la conciencia de que el tiempo se acaba, lo que implica que las actividades de la vida cotidiana serán surtidas para evitar la rutina y que el sujeto pueda lograr hacer más con el tiempo limitado del que dispone. Es la misma temporalidad la que ubica al individuo dentro de un contexto social e histórico que lo atan a la realidad de la vida cotidiana y, que a final de cuentas, lo identifican y lo apartan, por ejemplo, de un sujeto del siglo XIX. El antropocentrismo del tiempo y el espacio y su división aparecen homogeneizadas sobre base cuantitativa y es por eso que existe una percepción variada del tiempo de acuerdo a la cantidad de actividad que un sujeto realice.

Ya se ha mencionado que el carácter de los sentimientos constitutivos de las relaciones es la reciprocidad entre actores y cuanto más intensas sean las relaciones, basándose en la igualdad y en la libre elección de socializar con tal o cual individuo, más humanizada es la vida del sujeto. Estas relaciones son el valor más alto de la vida cotidiana (Heller, 1991). Sin embargo, la colisión entre intereses particulares crea conflictos que se presentan como fenómenos naturales de la cotidianidad de todos los actores; y así como estos factores negativos determinan ciertas acciones, el sentimiento de agradabilidad tiene relevancia exclusivamente en la cotidianidad, lo cual incluye el sentimiento positivo de ser útil para otros. La afectividad, como resultado de las motivaciones particulares y que se refieren al contenido concreto de cierto caso, son parte fundamental e influyente del diario vivir. Heller denomina idilio a la vida cotidiana sin conflictos, mas sólo es posible en quienes viven alejados del mundo de las luchas sociales, o en aislamiento (voluntario o provocado) de la sociedad.

La vida cotidiana, en resumen, está constituida por la interacción entre sujetos, la misma que define a los actores que participan de ella y en donde los individuos pueden moldear a la cotidianidad de acuerdo a los sucesos y necesidades que puedan surgir de las coyunturas históricas. El individuo moderno es una entidad activa que no está determinada, pero si influenciada, por los factores externos que afectan a la construcción de su identidad. Los individuos participan en las influencias sociales al forjar sus identidades, pero a su vez las instituciones de la modernidad moldean los nuevos mecanismos de identidad. Lo global y la modernidad imponen a los individuos perturbaciones y ansiedades generalizadas que exigen la creación de formas de identidad para lidiar con esas nuevas perspectivas (Molina & Valenzuela, 2011). La diferenciación de la identidad no es más que el efecto de la diferenciación atribuida al mundo social donde se vislumbra la separación de la identidad en una identidad privada que toma como referente lo íntimo y personal de la vida cotidiana del individuo, y otra identidad pública que puede comprender desde el trabajo hasta su pertenencia y relación con el Estado y el entorno físico y social.

El individuo, a cada momento de su vida, es compelido a reflexionar acerca de lo que sucede y cómo puede aprovechar ese momento para sí mismo y la consecución de su proyecto. Esta *reflexividad*, que se manifiesta de manera continua y generalizada es la

característica que distingue a la identidad tradicional de la identidad moderna (Molina & Valenzuela, 2011). Al aceptar esta dinámica entre el individuo y el mundo que lo rodea, el sujeto se reconoce a sí mismo como el actor principal de su cotidianidad, como centro de su mundo y como principal observador y participante de sus acciones. Dicha acción ha provocado a lo largo del tiempo interrogantes académicas, filosóficas y sociológicas que a su vez ha producido teorías sociales que hoy permiten que varias nuevas dinámicas de la modernidad puedan ser estudiadas. El antropocentrismo es la piedra angular de la vida cotidiana.

Las funciones del sujeto en la vida cotidiana dependen de la normatividad de la misma. Estas pueden cambiar dependiendo del escenario en el que el actor social se esté desarrollando. Es decir, como lo menciona Searle, las reglas fundamentan al accionar de los individuos en determinada situación. “X cuenta como Y en el contexto C, donde X es el agente, Y el estatus y C el contexto” (Searle, 1997)

Esta dinámica indica que si determinado sujeto cumple las normativas en un contexto determinado, alcanzará un estatus diferente al cual tenía al inicio de la interacción. La institucionalidad de los espacios colectivos dará así significación a las relaciones entre individuos. La vida cotidiana puede ser entendida como un espacio propicio para entender la configuración de la normatividad y su relación con la intersubjetividad y la organización social de los sujetos. (Delgado, 2014)

Para apreciar objetivamente la vida cotidiana, es necesario observarla en el mundo en el que se desarrolla, es decir en el espacio de interacción. El mundo es un concepto de percepción individual pero que es compartido por todos los individuos. Todos formamos parte de un mundo, sin embargo el mundo de un obrero puede diferir del de un futbolista. El mundo de un indigente puede diferir del de un político exitoso puesto que existen diferencias entre las interacciones de una y de otra cotidianidad. Sin embargo, todos viven su mundo, que, en muchos de los casos, es el espacio donde el sujeto cesa la individualidad y forma parte de una comunidad, de una estructura social de integración y donde su percepción subjetiva de las cosas y de las personas encuentra su par objetivo y le dan forma y movimiento a la vida cotidiana.

Ya se ha mencionado que la objetividad del mundo (social) pretende mostrar al hombre y a su entorno como algo exterior a sí mismo. De otra manera, sin esa observación, sería complicado modificar a un mundo asumido como propio de acuerdo a la coyuntura particular de cada individuo. El mundo de interacción, en el caso de existir socializaciones deficientes, se modificará para coincidir con la idea de tranquilidad y armonía en la vida del sujeto. Todo individuo desea mantener a su mundo de la mejor manera posible para que su vida cotidiana mantenga la menor cantidad de conflictos y así demostrar que su mundo es una imagen que lo representa. Una persona que socialice de buena manera con otros sujetos, que mantenga interacciones positivas y que cumpla los roles establecidos por aquello, estará de acuerdo con su mundo.

El mundo depende de la conformación de comunidades ya que el hombre es un ser social. A través de esta unión, el individuo genera capital social, cultural y científico. Las comunidades sugieren juntar a individuos con factores en común para el beneficio de todos los integrantes. Se comparte entonces una percepción de mundo que dictará el tipo de socialización que se desarrolle entre los sujetos que integran la comunidad. En la pre-modernidad la localización existía el vínculo entre tiempo y espacio pero hoy, este vínculo se rompe: tiempo y espacio se separan. Esta separación permite la conexión coordinada de las acciones de muchos individuos en diferentes espacios o lugares, permitiendo la creación de múltiples formas de tiempo vivido cuya esencia ya no es más el lugar (Molina & Valenzuela, 2011).

El sujeto y su cotidianeidad se construyen dialécticamente, ya que las interacciones determinan el tipo de socialización en el que su vida se desarrolle y por tanto, definirán también el mundo en el cual el individuo habita. La identidad de la persona está especificada en sus acciones así como en la reacción de sus semejantes y esta dinámica es recíproca, con lo cual el sujeto se transforma en el otro significativo de sus pares.

La particularidad de un sujeto radica en las acciones, que han desencadenado de su historia. Si bien comparte muchas de las coyunturas temporales y sociales con muchos de sus coterráneos, son las acciones en la vida cotidiana las que determinan a un individuo y lo diferencian de otro, que puede no compartir el mismo espacio, o el mismo tiempo. El sujeto actuará de acuerdo a muchos factores que perciba en el momento de la interacción y

generará su mundo, el cual puede coincidir en características del mundo de otro individuo, mas no será el mismo mundo.

CAPÍTULO II

2. Interactividad virtual

*“A Internet le tomó sólo 4 años para conectar
50 millones de usuarios, a la telefonía le tomó
74 años para tener ese mismo número de abonados”*

Serrano y Martínez en ‘La Brecha Digital: Mitos y Realides’

2.1 Interacción Social

Los mundos virtuales son una representación y una recreación de las dinámicas sociales que se presentan en el mundo real²; es por eso que, para un mayor abarque de esta investigación, hay que identificar los elementos presentes en las interacciones que ocurren dentro de las redes virtuales y específicamente en la plataforma virtual ‘Facebook’.

La sociedad ha sufrido cambios drásticos desde que la tecnología experimentó un abrupto progreso. La interacción surge entonces como una problemática que proviene de la vida cotidiana de un nuevo tipo de sociedad. La cotidianeidad se ve modificada día a día con la llegada de nuevos aparatos y la interacción social, fruto de un nuevo tipo de sociedad, surge como una problemática puesto que las costumbres y los lugares donde otrora se desarrollaba la sociedad han cambiado. Es esta misma vida cotidiana la que provoca los cambios más grandes en la sociedad porque cuando el hombre se apropia de su ambiente inmediato, de su mundo, lo reconoce como su propio mundo, perteneciente a una integración (Heller, 1991). Se crea el “nosotros” como identificación de una integración dada y por tanto nace la necesidad del individuo de pertenecer a una comunidad.

El contacto cotidiano siempre ha sido un espejo de las formas de contacto del conjunto social (Heller, 1991) y así como una conversación telefónica significan también un contacto personal, las redes sociales, específicamente, llaman al usuario a contactarse con los demás llevando a que el internet reduzca el volumen del mundo en el que vivimos. La artista neoyorquina Amanda Palmer adaptó este concepto de globalidad en las

² “El mundo, una vez asumido, puede ser creativamente modificado o (menos probablemente) hasta re-creado” (Berger & Luckmann, 2001)

interrelaciones y, mientras cree que las redes sociales nos acercan los unos a los otros, menciona que “la vida del artista es ser amado por muchos a lo lejos. Gracias al internet, ahora puede ser amado por pocos pero de cerca”³.

Como parte de la sociedad, el sujeto también experimenta los mismos cambios que surgen desde la vida cotidiana. Gracias a las nuevas tecnologías (móviles, de red e informáticas en sí) el usuario puede permanecer conectado a las redes sociales, lo que también le permite tener la libertad de comunicarse a cualquier hora del día y en cualquier lugar que se encuentre, mediando así en las relaciones familiares, sociales y profesionales. Los nativos digitales, que caen dentro de lo que se conoce como la Generación Y, han aprendido esta y otras dinámicas (*multitasking* y *multisharing*) desde adolescentes y dan a entender que son gente diferente, inclusiva y con equilibrio en la vida. Desde el momento en que un ordenador apareció en su vida han logrado que la informática y los demás ámbitos de la vida confluyan. Correos electrónicos para enviar tareas. Páginas de internet suplementando a libros como fuentes bibliográficas. Servicios de mensajería instantánea en el móvil como medios para recibir direcciones de tesis. Es por eso que ahora parecen demostrar que es posible implementar a las redes sociales dentro de la cotidianeidad. El ordenador se ha convertido en el espacio de interacción creándose un lugar en la cotidianeidad de los sujetos.

Son los mismos jóvenes que ahora trabajan para que, si algo es tecnológicamente factible en el ámbito de la comunicación interpersonal, aparecerá en cualquier momento como una realidad. Al tener una predisposición subjetiva, los nativos digitales van desarrollando a la par infraestructuras y elementos para complementar las ideas que surgen periódicamente.

La interacción, por lo tanto, se viene desarrollando como una categoría funcional articulada al sujeto virtualizado que adopta nuevas prácticas en nuevos espacios que, al integrarse en la cotidianeidad, son interacciones tan intensas como cualquier otra. La

³ Esto en referencia a su interacción con sus fanáticos en Facebook, Twitter y su blog. Palmer, Amanda (2014-03-25). [Una Mujer Enorme Está Destruyendo Completamente La Industria De La Música] disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=QZ2pj2oSKIo>.

realidad se reconfigura a medida de que esta cotidianeidad se introduce en el imaginario de los individuos.⁴

Es necesario enfatizar que estas nuevas dinámicas son propias de la generación de nativos digitales que proponen un desplazamiento de lugares de interacción. Ellos tienen pleno conocimiento del funcionamiento de las relaciones humanas dentro de cualquiera de las redes sociales virtuales que existen hoy en día, por lo que no poseen problemas al momento de interactuar con otras personas a través de ordenadores. Ya saben que es lo que van a hacer y cómo hacerlo puesto que gozan de una predisposición subjetiva causada por la total inmersión de las tecnologías en su vida. El espacio de interacción le permite a las plataformas, como Facebook, diferenciarse de un simple blog, o de un diario; pues es la misma interacción con otras personas, o con una sola persona en particular, la que llama de vuelta al usuario a la conexión. Dichas acciones conllevan a que los locales comerciales y sitios públicos que ofrecen acceso gratis a internet se conviertan en nodos que reúnan a quienes buscan interacción por medio de las plataformas virtuales. Es común ver en una cafetería o en una biblioteca a muchos de los usuarios con algún dispositivo tecnológico al frente suyo con los ojos fijados en la pantalla.

No importa lo mal definido que esté el ciberespacio, el espacio que ocupamos como seres sociales es afectado por la comunicación mediada por ordenador (Jones, 2003). Una de las características especiales de las redes virtuales es que no dejan fuera a ninguna de las interacciones sociales preexistentes. Por medio de la red, y con la ayuda de los dispositivos tecnológicos, no es raro concertar movimientos bancarios con otras personas, realizar intercambios académicos, citar reuniones e inclusive generar relaciones afectivas. Sin embargo, estas son acciones propias de un tipo de sujeto, es decir de los mencionados nativos digitales puesto que toda esta dinámica todavía no ha calado en todas las generaciones, y la respuesta varía dependiendo del sujeto al que esté referido. Por lo tanto, es importante fijarnos en estas interacciones en los jóvenes, quienes mantienen en boga al apogeo del internet y sus redes.

⁴ Uno de los lemas publicitarios del servicio de mensajería instantánea móvil "LINE" es: "Habla menos, Line más" invitando a los usuarios a utilizar las miles de imágenes disponibles para expresar lo que se quiera decir. Sin embargo, esto es lo que provoca la mencionada reconfiguración de la realidad, ya que quienes utilizan este tipo de aplicaciones o servicios (como Skype o FB Messenger) no son pocos y por tanto dejan atrás las dinámicas de conversación tradicionales para adaptarse a este nuevo tipo de interacción.

La realidad de la vida cotidiana se reafirma continuamente con la interacción del individuo con otros (Berger & Luckmann, 2001) y por tanto crean la probabilidad de la reproducción social. Al igual que las instituciones y demás componentes de la realidad social, las creaciones tecnológicas e informáticas tienen en su origen características que las catalogan como construcciones sociales. Y es así que, dadas las dinámicas existentes en el internet, aportan al mundo con mayores construcciones sociales de la realidad.

Las interacciones en red se pueden describir como una relación entre una persona, mediada por una computadora, y otra persona. Dicho movimiento, suele construir significados y nuevas dinámicas sociales. Es aquí donde Facebook resalta ante las demás redes virtuales. En un inicio, Mark Zuckerberg planteó a la red virtual como una página para mantener contacto entre compañeros de universidad, pero su éxito se extendió hasta convertirla en una plataforma virtual mundial⁵. El éxito de esta plataforma radica en la interacción entre personas. A través de contenidos audiovisuales o de meras conversaciones, Facebook se presenta como una re-construcción social de la realidad en la que se pretende lograr que cuanto más numerosas sean las relaciones interpersonales que surgen sobre una base de libre igualdad, tanto más humanizada estará la sociedad (Heller, 1991).

El uso de un ordenador con acceso a la red compone una transición de realidades perceptibles. El internet es atemporal. Si bien hay una simultaneidad en las conversaciones (o *chats*, como se le conoce coloquialmente), esa misma simultaneidad puede parecer asincrónica al momento de desconectarse de la red, pero puede parecer completamente arraigada a nuestra concepción temporal el momento que el usuario lee el mensaje. Estos espacios de tiempo permiten que quien ingrese a la red, experimente un cambio de mundos.⁶ Basta con referirse lingüísticamente al término “entrar al internet”; ya que a pesar de no poseer las características de un lugar, uno ingresa al mismo. Las teorías sociales han tratado acerca de la conciencia de que el mundo consiste en realidades múltiples, pero dada

⁵ Datos disponibles en <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/z/zuckerberg.htm>. Ingresado el 01 de diciembre de 2013.

⁶ Posteriormente, también se tratará el tema de “mundos virtuales” como una construcción en la red que implica un mundo artificial modificado para la interacción en el internet.

esta realidad hiperconectada en la que vivimos, es imperante aplicar esos conocimientos a la vida en red.

Berger y Luckmann, en su texto “La Construcción Social de la Realidad”, comentan que la experiencia más importante que tengo de los otros se produce en la situación ‘cara a cara’ [...] y es de donde se derivan los demás casos (2005). Es en la relación en persona, ‘cara a cara’, una relación “espejo” donde las personas reaccionan de acuerdo a lo que la otra persona le muestra y por tanto nos es posible la maduración de la vida cotidiana; en la que la interacción está supeditada a la reacción del otro, con quien comparto una función común, a mis acciones.

En la situación ‘cara a cara’ la subjetividad del otro me es accesible mediante un máximo de síntomas [...] y todas las demás formas de relación con el otro, en diversos grados, son remotas (Berger & Luckmann, 2001). De ninguna manera se puede saber qué es lo que exactamente piensa el otro, por lo que únicamente percibimos la subjetividad de su accionar o de su pensar, y este ejercicio resulta más fácil en una interacción en la que tenemos acceso a las reacciones de los demás individuos. Una vez que se pierde este elemento, la relación entre participantes se vuelve tanto remota, pues surgen dudas en cuanto a la subjetividad de las respuestas del otro. A pesar que la interacción ‘cara a cara’ no puede ser remplazada como la forma óptima de relación social, una de las ideas que plantean generalmente es que en Facebook las interacciones no son tan remotas como en otras situaciones en las que la no haya una relación ‘cara a cara’ puesto que “la construcción social de la realidad no está constituida por las redes (virtuales) sino en las redes”⁷.

Facebook es una representación de las relaciones sociales previamente establecidas y por tanto, dentro de la misma plataforma

Poseo conocimiento de receta sobre el funcionamiento de las relaciones humanas.⁸ [...] y gran parte del cúmulo social de conocimiento consiste en recetas para resolver problemas de rutina. (Berger & Luckmann, 2001)

⁷ Steven Jones, Cibersociedad 2.0, pág 25

⁸ Para ponerlo en otras palabras, “sé lo que hay que hacer”.

Otro punto a mencionar es la legitimación de las acciones por parte del entramado social, en donde no solo se indica al individuo por qué *debe* realizar una acción y no otra, también se le indica por qué las cosas son lo que son. Esto quiere decir que hay una legitimación que permite a las personas saber que “así se hacen las cosas”, especialmente en espacios nuevos de interacción, como las plataformas virtuales. En este caso, las acciones se legitiman mediante la respuesta al compartir contenidos en las redes.

Si bien hay varias opiniones acerca de la utilidad de las redes sociales virtuales y de la alienación que las mismas provocan, está claro que se ha convertido en un cierto espacio de socialización y por lo tanto, existen también individuos que desean pertenecer al grupo, pues la integración social sigue siendo un elemento clave en el diario vivir. En ‘La Construcción Social de la realidad’, los autores mencionan que no solo vivimos en el mismo mundo, sino que participamos cada uno en el ser del otro, [...] y es solamente cuando el individuo ha llegado a este grado de internalización puede considerársele miembro de la sociedad (2005)

En muchos de los casos (pero cabe recalcar que no en todos los casos sucede lo mismo), las redes virtuales se forman entre personas que se conocen previamente en el mundo real, por lo que las dinámicas de integración y aceptación se reproducen, mas resulta más sencillo iniciar una relación mediante un ordenador que de frente. Como ya se mencionó, iniciar una relación ‘cara a cara’ resulta más complicado puesto que la otra persona está a merced de observar la reacción, sea esta positiva o negativa, de su intento de relación. Cuando esto sucede mediante un ordenador, es más sencillo puesto que no se observa una reacción directa que pueda desencadenar sentimientos en quien quiso iniciar la relación. Existe un coloquialismo que dice “es más fácil escribirlo que decirlo” que envuelve esta dinámica. Hoy en día, es más fácil utilizar las plataformas virtuales que interactuar frente a frente, y es por eso que las redes virtuales tienen tanto éxito y consumen tanto tiempo de las personas.

Ya se ha mencionado que la socialización es un pilar fundamental de la realidad y que se habla de una socialización exitosa cuando hay un alto grado de simetría entre la realidad objetiva y la realidad subjetiva. Las socializaciones inician con el establecimiento de roles y a partir de ellos definen a varios tipos de socialización. La primera socialización

es la que se da en la infancia, en donde el niño aprende que él es lo que le llaman. Esta abstracción de “roles”⁹ y actitudes de otros significantes concretos se denomina como el otro generalizado. La generalidad de otros pretende estabilidad y continuidad de su propia auto-identificación. (Berger & Luckmann, 2001)

Los ‘otros significantes’ son quienes, en relación con el individuo, moldean la identidad de la persona y del rol que ejerce. Es decir, legitiman e identifican las acciones apropiadas para cierto lugar, momento y persona. El otro significativo construye a los demás a través de su lenguaje y contacto continuo con el individuo y la importancia que éste le da a ellos y al “coro”. En el caso de la primera socialización, el niño no interviene en la elección de sus otros significantes, por lo tanto se identifica con ellos casi automáticamente y es por eso que los otros significantes moldean la identidad del niño en la primera socialización. La identidad es la realidad socio-cultural del individuo que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad. (Berger & Luckmann, 2001)

Berger y Luckmann definen a la socialización secundaria es la adquisición del conocimiento específico de roles los mismos que pueden estar arraigados en la división del trabajo y por tanto estar sujetos a la internalización de sub-mundos institucionales. La segunda socialización implica, entonces, al trato de amigos y colegas, un punto primordial en la red social objeto de la investigación (2005). Las acciones adquieren una carga afectiva y el individuo se compromete ampliamente con la nueva realidad. Se entrega a la misma no en forma parcial sino con lo que subjetivamente constituye su vida entera. Este es el tipo de socialización en el que se diferencian los roles y existen diferentes compromisos por parte de las personas para diferentes realidades institucionales.

Muchos consideran a las redes sociales virtuales, e incluso al internet en sí, como otro tipo de realidad. Atípica, atemporal, sin lugar físico, pero realidad al fin. Se puede comprender a la red como una alteración de la realidad, una transformación en la cual se recrean los procesos de resocialización semejantes a los de la socialización primaria mediante una identificación fuertemente afectiva con otros significantes que implica una transformación radical de la realidad subjetiva. (Berger & Luckmann, 2001)

⁹ “Uno no debe derramar la sopa”. Es así que el niño, en su rol de niño, aprende acerca de sus acciones en sociedad.

Esto quiere decir que Facebook, mediante su representación de la realidad, logra transformar o incluso definir la identidad del individuo, puesto que los otros significantes de los usuarios provocan estos cambios con sus procesos de socialización. Sin embargo, las personas están programadas para producir alternaciones que provocan cambios en las costumbres para asegurar la adaptación. Siempre debe existir coherencia con la realidad e identidad previa (Berger & Luckmann, 2001). Por eso mucha gente afirma que no son las mismas como individuos en los mundos virtuales que como individuos reales al sostener que la vida tradicional estaba marcada por el cara-a-cara mientras que la vida moderna está caracterizada por el contacto distante (Jones, 2003).

2.2 Mundos virtuales (de interacción) 10

Cuando hablamos de las redes y del internet en sí, hablamos de mundos virtuales. La red es esencialmente un espacio virtual de caos, pero donde subyace al mismo tiempo un cierto orden y una lógica autopoietica (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007) en donde hoy en día, no solo es un nuevo medio sino un espacio virtual en el que pasan cosas importantes. Estamos redescubriendo una verdad elemental de las personas: la gente quiere comunicarse y cooperar con otra gente y los mundos virtuales proveen las herramientas para lograrlo.

La realidad en la que vivimos ha cambiado de tal manera que el mundo que percibimos con nuestros sentidos se ha bifurcado y muchos concuerdan en que el internet es un mundo que recrea las actividades y dinámicas del 'mundo real', sobre todo a quienes permanecen conectados todo el tiempo, sea en su ordenador o en un dispositivo móvil.

Lo performativo permite el análisis de la construcción social de la realidad en los mundos virtuales permitiendo comprender cómo a través de la tecnología se constituyen nuevos fenómenos socio-culturales y el análisis de nuevas identidades. (Estrella, 2011)

Primero, es importante tener claro el concepto de la CMO (Comunicación Mediada por Ordenador) puesto que es el espacio en el cual ocurren las relaciones y la herramienta que usan los individuos para entrar en este espacio. Si bien hay varias posturas a favor y en

¹⁰ Entendido como cualquier página que permita la interacción entre personas, sin limitarse a los mundos virtuales de MMORPG (siglas del inglés de massively multiplayer online role-playing game, que se traduce como Videojuego de rol multijugador masivo en línea).

contra de la validez de las relaciones intermediadas por el internet, el espacio virtual (que abarcan a los mundos virtuales a tratar) son espacios incontrovertibles en los que la gente todavía se encuentra cara a cara, pero bajo nuevas definiciones de ‘encuentro’ y de ‘cara’ (Jones, 2003).

El tiempo y el espacio son conceptos antropocéntricos que refieren a un aquí y un ahora particular pero que dentro del ciberespacio (un nuevo lugar carente de materialidad pero sin embargo palpable a los sentidos) y en relación a los demás usuarios la espacialidad es ampliamente ilusoria y la temporalidad es problematizada por la instantaneidad de la CMO (Jones, 2003). No es raro que los usuarios de redes sociales mencionen “encontrarse en el Facebook”, a pesar de que la red virtual no comparte las características de una cafetería o de una biblioteca. Los mundos virtuales son, entonces, espacios de encuentro existentes dentro del internet al cual accedemos a través de una computadora en donde poseemos una temporalidad particular que se logra encontrar con la temporalidad de los demás usuarios creando así una percepción de comunidad que deriva de una simultánea pluralidad de particulares en donde el lenguaje reduce a común denominador los acontecimientos externos e interiores y define a la comunidad (Heller, 1991).

Los juegos por computadora, las plataformas de interacción y el uso en sí del internet dan fe de un espacio físico generado por computadora que puede ser experimentado por varias personas al mismo tiempo. La interacción entre jugadores y/o pobladores es una parte significativa de la experiencia de los mundos virtuales (Estrella, 2011). Roberto Igarza reflexiona que

“la sensación de estar en un diálogo escrito continuo y la posibilidad de hacerlo simultáneamente con varias personas por canales separados impulsan un cambio de comportamiento en las relaciones sociales.” (Igarza, 2009)

Esta es la piedra angular en muchas de las interacciones sociales virtuales. Lo interesante de estas dinámicas es que los mundos (y las redes) virtuales son persistentes, es decir que funcionan más allá de que uno o varios usuarios estén *offline*. (Estrella, 2011)

Al vivir hiperconectados, provocamos que el mundo virtual y todos sus componentes se superponen con el mundo virtual; lo virtual y lo actual coexisten y lo que sucede en la vida offline repercute en la vida online y viceversa. Las páginas que

incorporan interacciones entre personas (web 2.0)¹¹ han ganado mucho terreno. Éste fenómeno es social, no tecnológico, puesto que las transformaciones son relacionales. De la misma manera en que radio y televisión produjeron una sociedad distinta, las redes informáticas también lo harán (Jones, 2003).

Existen varios tipos de redes sociales que se han agrupado dentro del término de Web 2.0, que van desde meros sitios de almacenamiento de datos e información como Flickr o SkyDrive (redes sociales verticales), hasta redes que permiten a los usuarios crear perfiles, lista de amigos e interactuar por medio de comentarios, fotos y demás como MySpace, Hi5 o Facebook (redes horizontales); eso sin mencionar las redes que se especifican en cierto campo, como LinkedIn, una red social meramente laboral y profesional. Surgen entonces nuevas comunidades que desafían el concepto original puesto que ahora el rol de las nuevas tecnologías de información y comunicación han llevado a otro tipo de interacciones. Desde hace algunos años también se ha empezado a hablar de la Web 3.0. Esta evolución del internet fija su interés en el manejo de datos en aplicaciones que le aplican cierta convergencia al mundo virtual con el mundo físico (aplicaciones como *Foursquare* que junta al GPS de un teléfono móvil con redes sociales 2.0 como Twitter o FB) junto con la recolección interna del internet de datos que lleva a ciertas novedades al usuario (como disponibilidad de películas o series en aplicaciones como *Netflix*). Según algunos expertos, la Web 3.0 lleva a un mayor protagonismo del internet en sí en su relación con la persona que navega. Un claro ejemplo de esto son las ‘cookies’¹².

Otro de los pilares en los que descansan las bases de las redes sociales es en representar al concepto de comunidad como una categoría de la estructura social, de la integración.

La comunidad es un grupo organizado, con un orden de valores relativamente homogéneos, a la que el particular pertenece necesariamente [...] lo que por el alejamiento de barreras naturales implica una libre elección. (Heller, 1991)

¹¹ La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. Fragmento disponible el 3 de octubre de 2014 de www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/

¹² Las ‘cookies’ son información enviada por un sitio web y almacenada en el navegador del usuario, que personaliza la página para futuras visitas.

El mundo virtual ofrece varias herramientas para la producción de conocimiento, por lo que en la última década tomó fuerza el concepto de ‘Inteligencia Colectiva’ en donde los consumidores pasan a ser creadores y las inteligencias particulares se juntan para aportar contenidos como miembros activos de una comunidad. Esta estructura colaborativa ha trastocado el papel del editor, del periodista y crea una arquitectura de la participación (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007) aparte de ser la base de muchas páginas tanto de juegos como de conocimientos. El ejemplo más claro es el de Wikipedia, una página en la que todos pueden aportar y editar las entradas en la página para definir conceptos en general y, citando a Pierre Levy, crear un cerebro compartido. La web 2.0 no inventa la colaboración entre personas, pero sí ofrece un enorme abanico de posibilidades para facilitar el intercambio y cooperación entre individuos (Cibercultura. La cultura de la sociedad digital, 2007) lo cual es el fundamento para la conformación de redes basadas en el principio de reciprocidad.

Sin embargo, surge el problema de la falta de alfabetización digital, y la brecha social, digital y paradigmática que esto implica sobre todo en países en desarrollo como en América Latina. Lo cierto es que:

“existe una marginación económico-social de los individuos que carecen de un ritmo de adaptación y aprendizaje en relación con las nuevas aplicaciones [...] mientras que la estructura tecnológica se expande de manera conjunta con los intercambios sociales de los sujetos que utilizan internet”. (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007)

Es imperante aplicar la observación participante en la medida en que se pueda recolectar material desde una perspectiva interna, pero intentando mantenerse al margen para evitar distorsionar el campo. Hay varios elementos nuevos que surgen en el contexto de la interacción en Facebook, tales como emoticones (por ejemplo: la cara feliz :)) o los estados que muestran a los demás como se siente uno. La etnografía virtual está generando otro tipo de datos, en los cuales el contexto está dado por otros elementos que también son constitutivos de la etnografía y que están implícitos en el campo (Estrella, 2011). Es esta naturaleza interactiva de estas plataformas las que lleva a que en esta investigación exista una relación investigador – informante tanto online como offline en la mayoría de los casos.

Hay que tomar en cuenta que los mundos virtuales son productos culturales y la mera relación intrapersonal de los usuarios logra que estos mundos estén atravesados por los flujos globales y permiten un tipo diferente de circulación de capitales (Estrella, 2011) (entendiendo al concepto de capitales desde Bordieu, que implica capitales sociales, simbólicos, culturales). Es así que un mayor acceso a Facebook puede indicar mayor capital social (más contactos), económico (acceso a un ordenador y a un operador de internet) o cultural (por el tipo de contenidos compartidos).

Guimaraes Jr. (2004) menciona que las nuevas tecnologías desafían las formas de sociabilidad que emergen de espacios como los mundos virtuales y hacen indistinguibles las dicotomías tradicionales entre cultura y tecnología. Los mundos virtuales y el mundo real convergen en el diario vivir y no se desligan ni social ni económicamente.

“La posibilidad de socializar dentro de estos mundos es uno de los elementos que ha permitido a estas industrias un gran crecimiento en los últimos años, pero también que ha despertado el interés de las ciencias sociales por los mundos virtuales. [...] Son un producto comercial lo que implica que las industrias invierten en ellos y los mantienen en online mientras les generen réditos económicos.” (Estrella, 2011)

Sin embargo, en el caso de los MMORPG y en muchos de los juegos que se ofrecen en Facebook, la actividad económica adquiere un sentido más comunitario y hablamos de una cooperación interna para mantenerse enganchados en el juego y por ende en las redes sociales. Esta economía del regalo se entrecruza con una economía moral que jerarquiza las relaciones que se producen en el Internet. (Estrella, 2011) Los mundos virtuales son espacios óptimos para la creación y mantenimiento de nuevas comunidades; sea porque los individuos se juntan por gustos en común o, en el caso de los juegos en línea, se necesita de otras personas para mejorar la experiencia del usuario. Se puede hablar inclusive de una aplicación de la reciprocidad andina y del sentido de comunidad dentro del internet. Esto va para todas las páginas en las que la interacción sea el principal motor de las mismas, como por ejemplo blogs, micro blogs, páginas para compartir imágenes, videos o ‘cheats’¹³. Si alguien genera cualquier tipo de aporte a la página o a las personas, será recompensado recíprocamente. Es que existe un capital cultural, social e inclusive académico (en el caso

¹³ Se les conoce como ‘cheats’ a las claves, instrucciones o trampas para avanzar o modificar un juego en particular.

de las páginas de colaboratorios) que también está en juego que aumenta o disminuye a partir del intercambio mutuo de regalos o acciones online (Estrella, 2011).

En casi todos los mundos virtuales es necesaria la creación de una imagen que represente al usuario. Puede ser una fotografía de uno mismo (en el caso de redes virtuales) o se puede crear un personaje representativo de la identidad del navegante virtual (en el caso de juegos u otras páginas). A esta representación se le conoce como ‘avatar’. Si bien este término había sido utilizado desde tiempos antiguos (con base en el hinduismo), la definición actual habla de una representación gráfica que se asocia a un usuario para su identificación. Los avatares pueden ser fotografías o dibujos artísticos, y algunas tecnologías permiten el uso de representaciones tridimensionales.¹⁴ El avatar es parte definitoria de la identidad de las personas como participantes de las redes sociales. Es la imagen que los demás ven de uno y por tanto está ligada a la percepción que las otras personas tienen del dueño de la cuenta; es la identidad definida a partir del reconocimiento del otro. Esa representación es una creación que pulula entre la ficción y el hecho, porque como bien puede ser una fiel copia del aspecto de una persona, puede también ser una exageración o una distorsión de la misma. Lo cierto es que el avatar pone énfasis en el traslape del mundo real con el mundo virtual.

Empero, con la facilidad de crear una identidad, una imagen, una cuenta en fin, reside también la posibilidad de que una sola persona tenga dos o más cuentas, dos o más avatares, dos o más identidades. Esto en muchos casos lleva a disputas interpersonales, sobre todo en el caso de Facebook, en donde ha surgido un nuevo problema denominado como “catfishing”¹⁵ que es como se le llama a una relación afectiva en línea en la cual una de las personas no es quien dice ser en su perfil. Surge con ello el debate acerca de la validez de las interacciones sociales en la red. Así como pueden considerarse una herramienta, las redes sociales pueden llevar a la alienación de las personas. Sin embargo, no hay que olvidar que todas estas dinámicas son propias de un tipo de sujetos; la Generación Y, es decir, la juventud.

¹⁴ Definición disponible el 20 de enero de 2014 en [http://es.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(Internet\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Avatar_(Internet))

¹⁵ Del sustantivo ‘catfish’ en inglés.

2.3 Juventud como sujeto de interacción

La presente investigación se centra en un universo relativamente reducido pero de acuerdo a las estadísticas, es el universo preciso para estudiar a las redes sociales. La juventud ha convertido a los ordenadores y al acceso al internet como propios. No por ello quienes han nacido a partir de la década de los noventa son denominados como ‘nativos digitales’ ya que toda su vida han tenido a la tecnología como aliado, sea en forma de plataforma de juegos, computadoras, teléfonos inteligentes, tablets o demás artículos que surgen día a día.

“Los nativos digitales serían aquellos consumidores y próximos productores de casi todo lo existe (y existirá), son jóvenes que están desplegando plenamente su aprendizaje en el entorno tecnológico cuya lengua materna es la de las computadoras, los videojuegos e Internet” (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007)

Junto con los nativos digitales, existen también los migrantes digitales (gente de 30 a 60 años que se han venido adaptando a la oleada tecnológica) y los “análogos” (totalmente extraños a los mencionados progresos, creando así la dicotomía entre digital y análogo, joven y viejo). Los jóvenes han adoptado a los mundos virtuales como propios iniciando un sentimiento de independencia respecto al mundo exterior por cuanto utilizan herramientas tecnológicas que les permiten adoptar nuevos formatos de interacción, coordinación y cooperación (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007) y estas mismas herramientas se convierten en bienes de primera necesidad para ellos.

“Esta independencia ha creado un cambio radical en sus formas de socialización dado que “la presencia y el contacto”, considerados por los jóvenes como dos principios esenciales para generar una amistad, han sido destronados por la posibilidad de conectarse al messenger y entablar relaciones con desconocidos que no se darían del mismo modo “en la calle o cara a cara”” (Frick, 2007).

Es preciso establecer un concepto para el término juventud. Muchos autores coinciden en representar a la juventud como un espacio temporal precedente a la mayoría de edad; mas es importante realizar un intento para especificar los límites en este rango de la vida. Si bien existen varias definiciones en las que pueden caer este grupo generacional, en “*La construcción social de las juventudes*” se define a la juventud como una etapa de desarrollo psico-biológico humano, como un status que se adquiere a través de la adecuación de los individuos a determinadas actividades socialmente definidas e inclusive

como un dato sociodemográfico homogéneo (Alpízar & Bernal, 2003). Sin embargo, es importante mencionar a las diferentes identidades que pueden existir dentro del denominado grupo de jóvenes. Sólo con un abuso tremendo del lenguaje se puede colocar bajo el mismo concepto universos sociales (juventud) que no tienen casi nada en común (Bourdieu, 2004); empero, existen también toda clase de figuras intermedias que conviven y se relacionan.

Se puede inferir que la juventud es una etapa en la vida posterior a la niñez y previo a la adultez en la que las personas experimentan un desarrollo psicosocial que delimita la personalidad posterior de los individuos. Se debe mantener claro que sea cual sea la edad o la definición de la misma, el acceso y uso de internet por parte de jóvenes y niños presenta tanto riesgos como beneficios. En cuanto a los fines con que se conectan los niños y los jóvenes se observa que el contenido más común es el entretenimiento (Frick, 2007).

Como ya ha sido mencionado, los jóvenes viven a la vanguardia, especialmente desde los mediados del siglo pasado cuando empezaron exigir autonomía del yugo paternal (y por tanto del poder en sí) al exigir una habitación para sí mismos. Después surgieron varios movimientos de representación social y de contracultura que tuvieron a los jóvenes como protagonistas, siendo el mayo de 1968 el ejemplo más claro de aquello. Todo esto conlleva a que los jóvenes sean los pioneros en el uso de nuevas tecnologías. Carles Feixa en su artículo “La habitación de los adolescentes” (2005) se refiere a ellos como “La Generación @”.

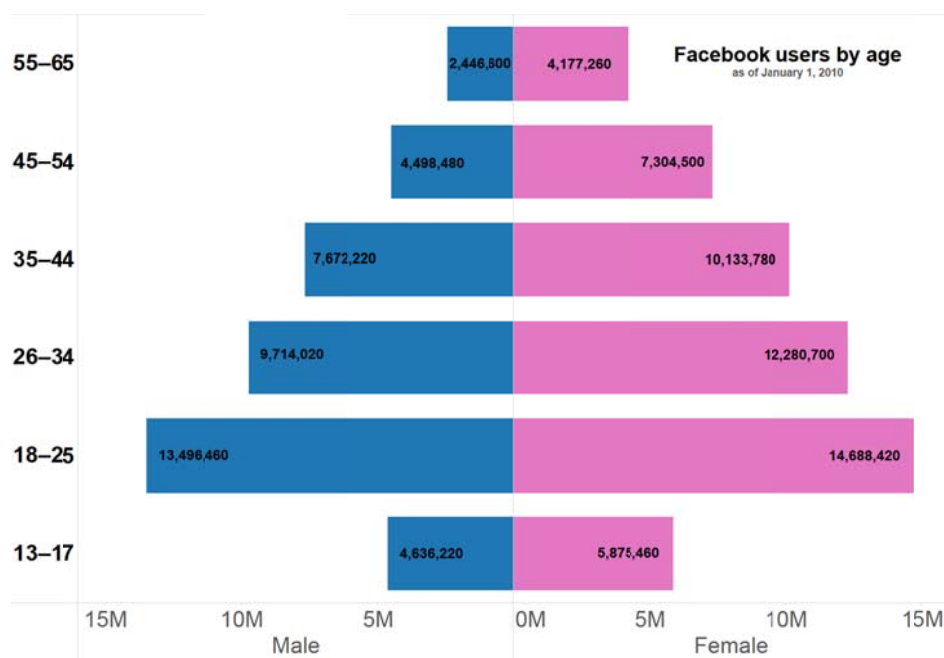
“La generación @ pretende expresar tres tendencias de cambio que intervienen en este proceso: en primer lugar, el acceso universal a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; en segundo lugar, la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; y en tercer lugar, el proceso de globalización cultural que conlleva necesariamente nuevas formas de exclusión social a escala planetaria.” (Feixa, 2005)

A pesar de que la juventud es transitoria (no como otras condiciones sociales que son permanentes, como la etnia o el género (Alpízar & Bernal, 2003)) siempre van a existir jóvenes. El mundo cambia constantemente por causa de las nuevas tecnologías y son los jóvenes quienes llevan el mando y giran el timonel gracias a su pericia en redes sociales, teléfonos inteligentes, medios de comunicación instantáneos y plataformas para compartir contenidos. Los nativos digitales están completamente acostumbrados a los cambios y

mejoras en los artefactos así como en sus aplicaciones. Incluso, algunos se atreven a sugerir sus propios cambios en la plataforma puesto que poseen conocimientos empíricos de programación.

“Cambia, por ejemplo, la forma en que los niños y jóvenes se comunican y se conocen mutuamente. Básicamente, porque a diferencia de los inmigrantes digitales, que crecieron con herramientas de comunicación tales como las cartas, el teléfono y las comunicaciones de larga distancia, los nativos digitales se comunican a través herramientas como los mensajes de texto, el correo electrónico, el Chat y las comunicaciones de voz a través de Internet.” (Frick, 2007)

Todo esto nos lleva a pensar que son los jóvenes quienes habitan en su mayoría las redes virtuales. En Ecuador, las personas con edad entre 18 y 24 años representan el 34.7% de los cerca de 7 millones de usuarios de Facebook en Ecuador¹⁶, un dato acorde con las estadísticas mundiales. (Ver cuadro).



Fuente: “Usuarios de Facebook por edad” disponible en:
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Population_pyramid_of_Facebook_users_by_age.png

Esta tendencia obedece a que las nuevas generaciones responden a una cultura digital basado en las imágenes; es decir que el éxito de las redes sociales como Facebook radica en su naturaleza audiovisual. En los jóvenes, esta plataforma reemplaza al diario que

¹⁶ Dato disponible el 3 de octubre de 2014 en <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/ecuador>

se solía llevar, y al estar expuesto frente a todos, moldea la identidad de los jóvenes a través de las interacciones con los otros significantes, es decir, los pares de la edad del usuario.

Los jóvenes se han apropiado del internet y de sus redes. Lo utilizan tanto que inclusive son capaces de moldearla y están siempre al día de los cambios que provocan en las redes y que las redes provocan en ellos. Los nativos digitales son los sujetos virtuales que dominan las nuevas tecnologías y como tales, poseen ciertas características propias. El usuario se maneja dentro del espectro del ciberespacio como un pez en el agua. Pocas son las páginas que no ha visitado, ya sea por curiosidad o por necesidad y son estos los sujetos de interacción que han cambiado las dinámicas y las costumbres preexistentes en la sociedad.

Existe una dinámica denominada como *egosurfing*¹⁷ que consiste en buscarse a uno mismo (o para usar un neologismo “googlearse”) en la red y encontrar los diferentes resultados existentes acerca de quien se busca. Los jóvenes usuarios están conscientes de que las actividades que realizan en la red son individualistas y se manejan como tal. Son quienes mantienen a las redes sociales y dan pie para que las comunidades virtuales se mantengan autopoiéticas. Los nativos digitales pueden estar conectados a la red social de su preferencia, mientras escucha música y mientras tanto consultar dudas acerca de su tarea lo que los convierte en sujetos *multi-tasking*, y no solo eso, sino que todos los conocimientos que poseen, contenidos de entretenimiento que disfrutan e inclusive los momentos de su vida captados en formatos audiovisuales los comparten mediante blogs, foros, Youtube, Instagram, Vine, Facebook lo que los convierte en sujetos *multi-sharing*. Los jóvenes tienen en la palma de su mano a la red, a sus interacciones y por tanto están en línea para tener a la sociedad en la palma de su mano, con ayuda de estas herramientas tecnológicas. Se habla de la era pre-Google, en la que los jóvenes presentaban una interacción diferente, y de una era en la que los mismos usuarios se transformaron en migrantes digitales que intentan adaptarse al mundo que los nativos digitales van creando al paso.

¹⁷ Término acuñado por Sean Carton y su primera aparición data de 1995 en la revista Wired.

CAPÍTULO III

3. La Interacción en Facebook

3.1 Ocio Interactivo

Para empezar, en este capítulo se retoman las ideas de Roberto Igarza en su libro “Burbujas de Ocio”. Es un texto que intenta explicar cómo el ocio intersticial ha llegado a calar dentro de todas las esferas de la vida.

La sabiduría popular rezaba que hay que dividir las 24 horas del día en tres: ocho horas de sueño, ocho horas de trabajo y las restantes ocho horas se destinan al ocio. Al hablar de ocio nos referimos a hacer las cosas que nos apasionan que no pueden entrar en la categoría del trabajo. Hobbies, deportes, lecturas, juegos. Es importante entender al concepto como tal, mas no como vagancia, que es como se da a entender coloquialmente al “ocioso”.

El ocio se ha vuelto intersticial. Esto quiere decir que se ha distribuido en espacios pequeños a lo largo del día, ya sea porque en la sociedad moderna el trabajo se lleva la mayor parte del tiempo o porque la velocidad de la vida permite solo pequeños momentos de distracción. Lo cierto es que el rápido acceso a internet (sobre todo desde los teléfonos inteligentes)¹⁸ y la tecnología en sí han acaparado la atención de las personas y es justamente allí donde el ocio se desarrolla¹⁹. Basta un poco de observación alrededor de los sitios públicos para encontrar a varias personas utilizando su teléfono inteligente, su tablet, su computadora portátil o algún dispositivo parecido. No se puede olvidar tampoco el acceso a internet inalámbrico (wi-fi) en casi todos los locales comerciales del mundo ya que así se ensancha la relación con el usuario más allá de los tiempos del ocio. Se promueve

¹⁸ El 90 por ciento de los 2.025 participantes en un estudio realizado por vitalsmart.com reconocen que, una vez a la semana, como mínimo, un familiar o amigo con el que están interactuando, deja de prestarles atención para dedicársela a los dispositivos tecnológicos que están cerca. (Datos disponibles el 25 de Marzo de 2014 en <http://www.merca20.com/9-de-cada-10-personas-danan-relaciones-por-uso-inadecuado-de-dispositivos/>)

¹⁹ “Las redes están inmersas en todos los aspectos y provocan actividades como el microblogging, fotoblogging, etc. Los medios sociales introducen al usuario en un tiempo de ocio participativo” (Igarza, 2009)

una actividad privada a partir de la conectividad como una renovación y mantenimiento de (otro tipo de) las relaciones sociales (Igarza, 2009).

Lo cierto es que la tecnología hace popular al consumo cultural. Es un nuevo ecosistema en el que se tiende a mantener hiperconectado al usuario todo el tiempo. (Igarza, 2009) Las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) no reconoce ningún tipo de barrera, sea esta espacial, temporal o funcional de ninguna índole.

Hay que mantener claro que estas burbujas de ocio y todas las consecuencias que conlleva suelen ser síntomas característicos de la clase media alta, puesto que su capacidad de adquisición les facilita la posesión de tecnología de punta para comunicarse; sin embargo, estas dinámicas se han filtrado hacia todas las clases sociales.

Las denominadas burbujas de ocio se dan entonces en los momentos en los que las demás obligaciones toman un respiro. Antes de toda esta ‘revolución’ virtual, el espacio de ocio era un momento largo al final del día. Ahora, son micro momentos que permiten consumir micro contenidos y es ahí que Facebook tomó la delantera frente a otras redes sociales. Es común ahora la “pildorización” de contenidos, es decir, elementos de cortísima duración que permiten ser digeridos en cualquier instancia. El ocio y estas píldoras de información completan el *lag time* (Igarza, 2009). Sus contenidos, relacionados a los contactos del usuario, penetran a la cotidianeidad y por tanto modifica las dinámicas establecidas; tanto así que las personas saben que no estar conectado es altamente riesgoso para su desempeño social y laboral y es común que la vida privada invada a la vida laboral y viceversa.

Las micropausas en el trabajo son más comunes en los jóvenes. Igarza afirma que a más estrés, más necesidad de pausas laborales (2009). Dentro de estos espacios de tiempos sociales privados, las obligaciones sociales se hacen presentes.

El internet en todas sus presentaciones sirve de soporte para cualquier tipo de relaciones entre varios nodos y de igual manera los usuarios presentan varias motivaciones para ingresar a la red (relacional, contextual, ambiental temporal, organizacional). Surge entonces la incógnita acerca del impacto que logra tener la hiperconectividad (sobre todo inalámbrica y móvil) en las relaciones sociales. Desde un punto de vista económico, la

extraordinaria diversificación de la oferta (de ocio) acentúa la tendencia a la promiscuidad del consumidor (Igarza, 2009). Existen estudios que hablan acerca de la necesidad patológica de conectarse al internet para seguir consumiendo los contenidos que ofrece la red, la cual es denominada *Internet Addiction Disorder* (o Ciberadicción) (Young, 2009).

La tecnología móvil promueve varias transformaciones en las identidades tanto personales como sociales; esto debido a que la polifuncionalidad del dispositivo móvil lo eleva a la categoría de elementos vivenciales que todo usuario lleva consigo (Igarza, 2009). Esta investigación se basa en especificar algunos de los cambios que se han presentado a partir de su uso y su relación con Facebook a todo momento y desde cualquier lado.

La primera instancia en la que las cosas han cambiado es en las características de los espacios de tiempo social. La aniquilación del espacio a través del tiempo es promovida por la hiperconectividad que varía las condiciones entre nodos de la red (Igarza, 2009) y las relaciones sociales se vienen reconfigurando a medida que avanzan los progresos tecnológicos. Es común hoy en día que las conversaciones se mantengan a través de las nuevas aplicaciones de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes suplantando a la conversación habitual cara a cara; y al permitir que la tecnología se interponga en las relaciones las personas viven en una interacción simbólica constante.

Estos sistemas de intersticios ociosos determinan una ruptura histórica con la mente acostumbrada a la presencia humana, a las relaciones personales apenas mediatizadas, a una exposición visual directa. (Igarza, 2009)

Las mencionadas pausas en mitad de las actividades cotidianas pueden llegar a ser tanto o más estresantes que el propio trabajo. A pesar que todavía no se institucionaliza, es un requerimiento tácito el apagar el teléfono celular al momento de ingresar a una reunión, puesto que un Smartphone se encuentra lleno de aplicaciones que utilizan notificaciones para demostrar la interacción de otros usuarios. Una persona que quiera tomarse una pausa utilizando su 'ventana al internet', por así decirlo, tendrá que hacerlo a escondidas para no recibir reprimendas, lo cual convierte a lo que debía haber sido un momento de relajación, uno de mayor estrés.

La sociedad de la información ha sufrido varios cambios relacionados a la pildorización de información consumida en momentos de ocio intersticial. Cualquier noticia urgente que suceda en cualquier parte del mundo puede llegar instantáneamente al usuario que recibe todo tipo de alertas en redes sociales. Las noticias ahora se receptan vía Facebook, Twitter o mediante *podcasts*, segundos después del suceso (lo que está denominado como *rapport* directo), transformado al noticiero televisivo de las noches en una mera repetición de las noticias que ya circularon entre los usuarios horas antes. De la misma manera, la publicidad y el marketing han encontrado en las plataformas virtuales un nuevo objetivo de mercado. No es ningún secreto que Facebook es una herramienta para que otras empresas utilicen su base de datos con fines comerciales o para ofrecer elementos relacionados a los objetos que le gusten a determinado usuario.²⁰ El éxito de una página específica de cualquier tipo de productos radica en cuantos seguidores tiene. Sucede lo mismo en el ámbito político y las redes sociales se han convertido en una herramienta para medir el alcance de tal o cual candidato al curul de turno. Las redes sociales inclusive pueden ser utilizadas como espacio de debate electoral, o de cualquier tema en realidad.

3.2 Internet y redes sociales

El internet ha ido cambiando constantemente desde su creación rudimentaria en 1961, pasando por su popularización en 1991 con la llegada de la *www* (world wide web). Se ha ido desarrollando debido a las necesidades de los usuarios y por tanto han surgido diferentes denominaciones para definirlo. La red se ha modificado para pasar de una simple red de comunicación a lo que hoy llamamos la Web 4.0. El siguiente cuadro presenta un resumen de esta evolución.

Web 1.0	<ul style="list-style-type: none"> -Es una web unidireccional. -Únicamente modificada por el Webmaster. -Mantenía un diseño básico y formas fijas; es decir, una página estática. -Surgió como un método divulgativo de información.
---------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

²⁰ Atención al artículo disponible en <http://cnnespanol.cnn.com/2014/01/21/por-que-no-deberias-darle-me-gusta-a-esta-foto-en-facebook/> el 07 de febrero de 2014 que habla acerca de la relación entre darle “like” a todo lo que se ve y la proliferación de contenidos no deseados o *spam*.

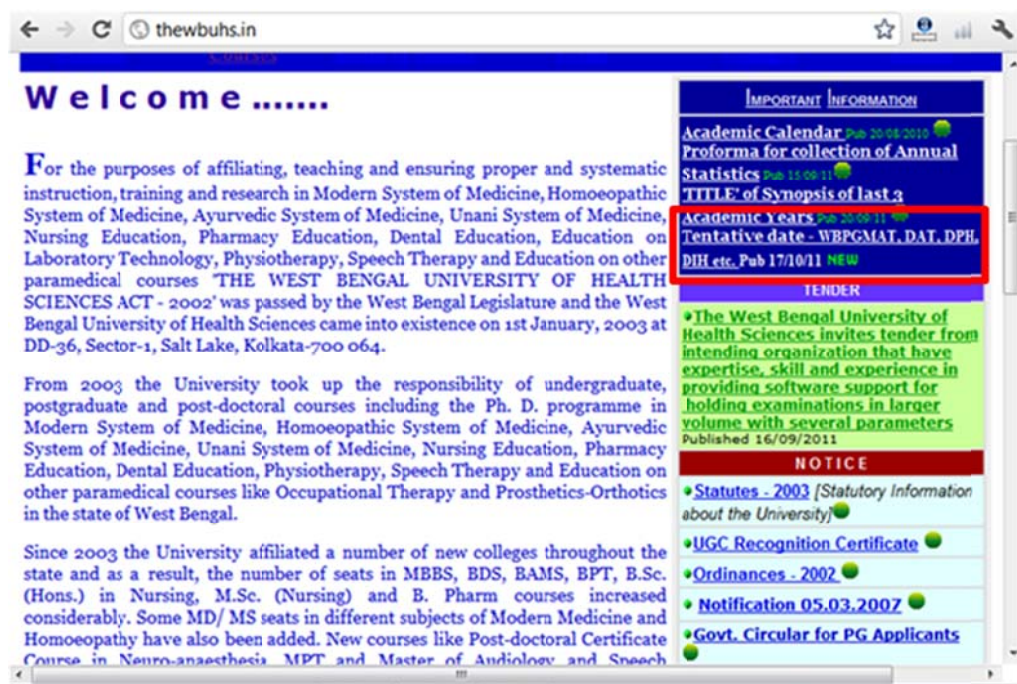
	-Conocida como la World Wide Web.
Web 2.0	<ul style="list-style-type: none"> -Una web con mayor velocidad, que aumenta paulatinamente. -El desarrollo de web se centra en el usuario. -Surgen las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) así como blogs, wikis (hawaiano para rápido e informal) y foros. -Web colaborativa, en cuanto a la compartición de conocimiento. -Comunidad virtual basada en la interacción de los usuarios. -Beta perpetuo, se inventa permanentemente. -Existe mayor información segmentada, lo que redujo los costos de difusión. -Los usuarios son 'propietarios' del internet y de sus contenidos. -Las etiquetas (tags) dejan de lado los directorios y da paso a la folcsonomía (indexación social como nube de etiquetas).
Web 3.0	<ul style="list-style-type: none"> -Web semántica -Búsqueda de lenguaje natural. -Manipulación de datos, para usuarios que entiendan de lógica descriptiva (SPARQL, POWDER, OWL). -Nuevos formatos de publicación (XML, RDF, API) -La web de aplicaciones y multidispositivos. Aquí, la telefonía móvil y los gadgets usan internet (widgets). -Aparición de la nube. -Existen programas que puedan razonar basados en descripciones lógicas. -Creación de tecnologías para publicar datos legibles por aplicaciones informáticas.
Web 4.0	<ul style="list-style-type: none"> -Web ubicua (continuo movimiento, presente a un mismo tiempo en todas partes) -Comprensión de lenguaje natural (NLU) y técnicas de Speech-to-text. -Respuestas a búsquedas precisas utilizando información de contexto del usuario (tal como ubicación).

Web 4.0	<p>-Nuevos modelos de compartir información entre máquinas (M2M).</p> <p>-La Web Inteligente.</p>
---------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuentes: (Estudio Seijo, 2014); Web X.0 (Disponible en: <http://imgs.g4estatic.com/web-x/web.jpg>); Web 4.0 (Disponible en: www.paradigmatecnologico.com/blog/web-4-0/); ¿Qué es la web 4.0? (Disponible en: <http://alexis1703.wordpress.com/que-es-la-web-4/>) ; Web 2.0 (Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0); Web 3.0 (disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0) ; Web Semántica (Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Web_Semántica).

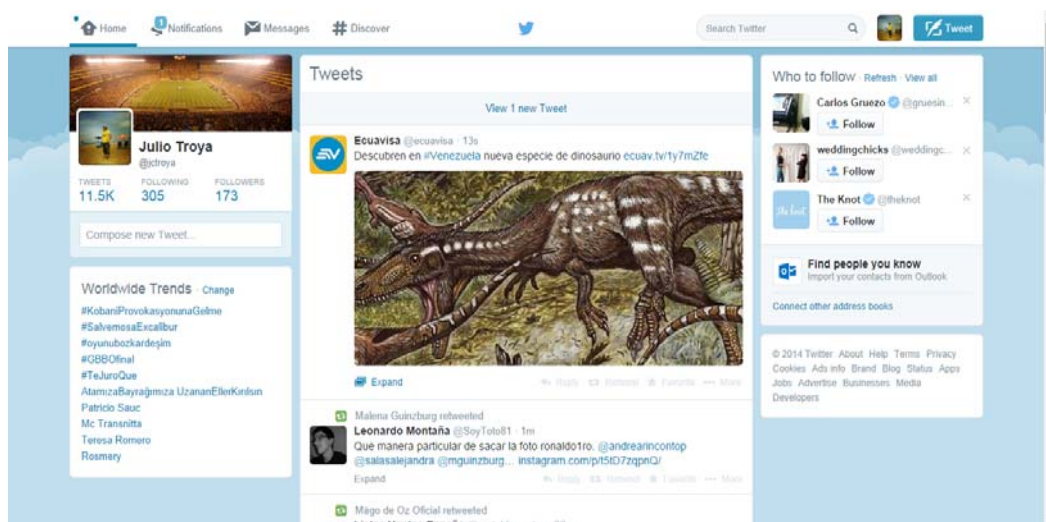
Elaboración: Propia

A continuación, se puede observar un ejemplo de una página de la Web 1.0. Una página estática modificada únicamente por el Webmaster para que los usuarios la observen, sin mayor interacción. Las páginas de correo electrónico también entran en esta categoría.



Fuente: “PG CET: Not Happening in 2012. Thanks for the mess!”. Disponible en: <http://scepticemia.com/2011/10/18/pg-cet-not-happening-in-2012-thanks-for-the-mess/>

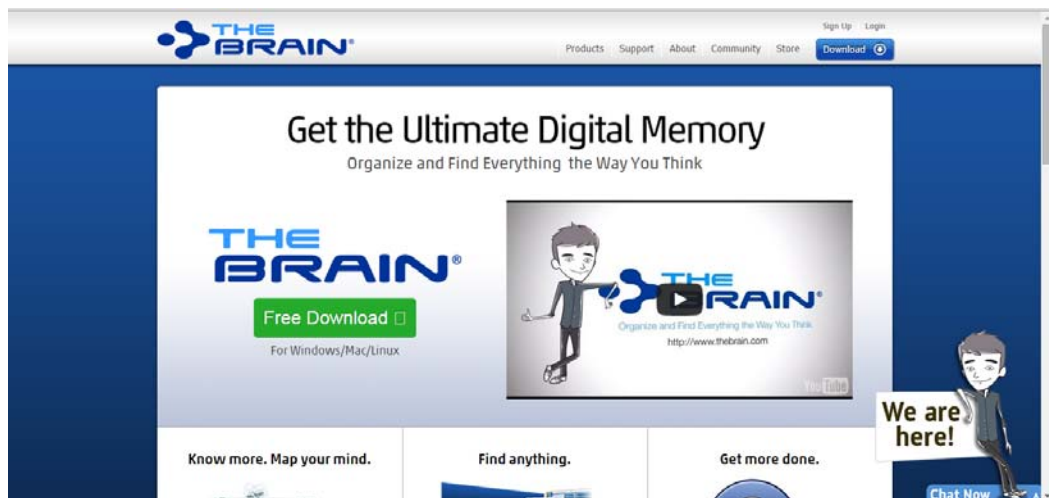
La web 2.0 es caracterizada por las páginas que implican interacción entre el usuario y la misma. Las redes sociales son el más claro exponente. Esta es una captura de la página de Twitter del autor.



Fuente: Captura de pantalla de www.twitter.com.

La Web 3.0 usa Internet para conectar información. Hace la Web más inteligente, teniendo en cuenta nuestros gustos, preferencias, hábitos e incluso el contexto. Son páginas capaces de comunicarse con otras páginas mediante el lenguaje natural, dando lugar a esa llamada “Web Semántica”. The WebBrain, por ejemplo, muestra mapas de ideas relacionados con los términos de la búsqueda. En esta instancia, pasamos también del concepto de “inteligencia colectiva” hacia uno de “subjetividad colectiva”²¹.

²¹ Tomemos como ejemplo a la dinámica en la página www.youtube.com. Cuando el sujeto decide escuchar música o ver videos en esta plataforma, se le sugiere en ese mismo instante una lista de reproducción con música similar al video seleccionado. Esto se hace mediante la lectura de algoritmos de búsquedas anteriores. Es decir, se permitió que el conjunto de subjetividades de todos los usuarios se combinen para relacionar las búsquedas más comunes y, por tanto, crear una suerte de “subjetividad colectiva” que le hace pensar al usuario que la red lo conoce mucho.



Fuente: La Web 3.0, definición y ejemplos. Disponible en: <http://rubenvblog.wordpress.com/2011/05/12/la-web-3-0-definicion-y-ejemplos/>

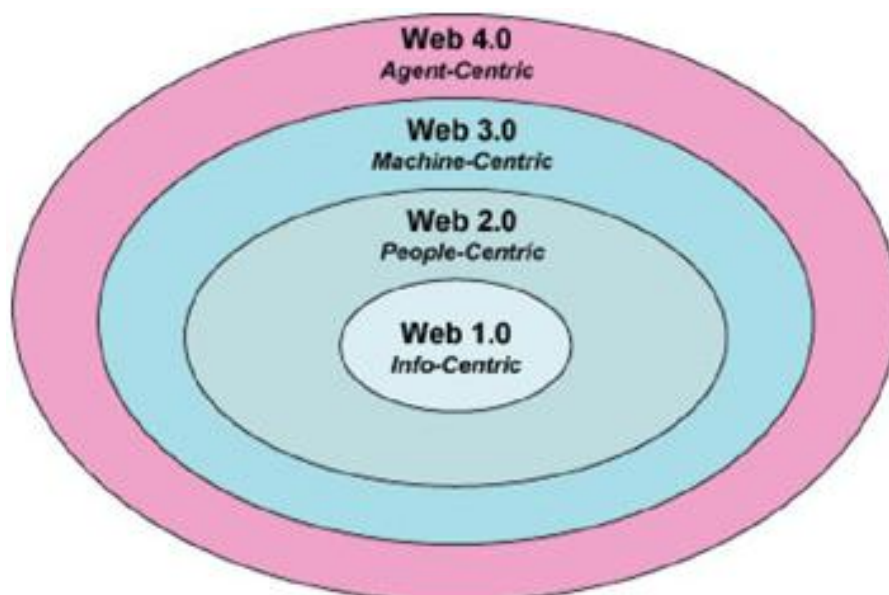
La web 4.0 es la web inteligente. Inclusive comprende subjetividades como “mejor” o “peor” y se muestra como un asistente y complemento del usuario con la red. Esta es una captura de pantalla que demuestra el funcionamiento de Siri, el asistente de los iPhones de Apple. La ayuda al usuario comprende también la localización y las preferencias del sujeto.



Fuente: Siri en español a fondo. Disponible en: <http://applesencia.com/2012/10/siri-en-espanol-a-fondo>

Si bien la web 2.0 es la más conocida por tener mayor facilidad de acceso para usuarios sin mucha experiencia en conocimientos informáticos, como los migrantes digitales, es destacable la velocidad con la que la web 3.0 y la 4.0 están ingresando a la vida de los sujetos. El ejemplo más claro es la masificación del uso de SIRI (el programa de búsqueda de lenguaje natural del Apple que hace las veces de asistente dentro del teléfono inteligente) y de los programas de la misma clase de las demás empresas manufactureras de smartphones.

Otro ejemplo claro, en el caso de la Web 3.0, es el uso de la nube. El almacenamiento en la nube (o cloud storage, en inglés) es un modelo de servicio en el cual los datos de un sistema de cómputo se almacenan, se administran, y se respaldan de forma remota, típicamente en servidores que son administrados por un proveedor del servicio (Castro, 2014). Esto quiere decir que mientras exista una conexión a internet, el usuario puede utilizar esta nube como dispositivo de almacenamiento, tal como antes se hacía con diskets, cds o flash memorys. Existen servicios gratis y pagados para utilizar la nube, y muchos de ellos permiten coordinar los archivos de cualquier dispositivo para mantenerlos seguros en este espacio, dejando de lado la posibilidad de que estos se pierdan por el daño del aparato tecnológico.



Fuente: Web X.0. Disponible en: <http://chtedeapor20121907028.wordpress.com/web-x-0/>

El gráfico anterior nos muestra de manera más directa que cada progreso de la web implica un cambio que incluye a la versión anterior. La web 1.0, que se centraba en la información, dio paso a la web 2.0, con las personas como actor principal. Estas personas reciben la ayuda de las máquinas y dispositivos en la web 3.0, para luego ser complementados por agentes que no son otra cosa que programas basados en reglas para recomendar un camino en la red para que los usuarios encuentren mayor información.

De todas maneras, hoy en día, las redes sociales virtuales siguen fuertes como el espacio de interacción tanto de los internautas asiduos como de los navegantes casuales.

Los conceptos originales de redes sociales como lazos personales o vínculos sociales acuñados por Durkheim y modificados por Frieddman claramente han sido difuminados tras la llegada de Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. El concepto de red social es ahora asociado vernáculamente a las mencionadas plataformas de internet. Y la red en sí la define de la siguiente manera:

“Un 'servicio de red social' es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Están formadas por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros.” (Wikipedia, 2014)

El fenómeno 2.0 es más social que tecnológico; es importante mencionar entonces las transformaciones relacionales que llegan a existir entre los usuarios de las plataformas. Ya hemos tratado el tema de la identidad que surge a partir de la interacción entre usuarios, forjada bajo lo que dicen del usuario (recomendaciones) y lo que él dice de sí mismo (perfil) (Igarza, 2009).

Sin embargo, son las respuestas del otro frente a lo que yo tengo que presentar las que determinan mi auto valoración. Si una publicación obtiene una retroalimentación positiva, el individuo obtendrá una seguridad aparente, misma que se mantiene al alejarse de las interacciones cara a cara. Rescatando el sentido primario de red, contención y aseguramiento, es una forma colectivista posmoderna que otorga al mismo tiempo la sensación de estar acompañado (Igarza, 2009), se entiende que la gente que no tiene un

objetivo claro en su vida, puedan sentirse cómodos en un mundo virtual donde encuentren ese sentido de logro.²²

En cuanto a las reacciones negativas en las interacciones, ha surgido un nuevo concepto denominado Cyber-bullying²³, que no solo se remite a Facebook, sino al internet en general. Aprovechando que la comunicación está mediada por el ordenador, ciertos sujetos se refieren de manera negativa hacia otra persona y a sus publicaciones, de igual manera en la que en el patio de la escuela el abusivo se burlaba de los demás sin razón aparente (lo cual remite a la denominación de bullying, esta acción en inglés). Mas el ciberacoso no se limita a esto.

“...es el uso de información electrónica y medios de comunicación tales como correo electrónico, redes sociales, blogs, mensajería instantánea, mensajes de texto, teléfonos móviles, y websites difamatorios para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. Puede constituir un delito penal. El acoso pretende causar angustia emocional, preocupación, y no tiene propósito legítimo para la elección de comunicaciones. El ciberacoso puede también incluir amenazas, connotaciones sexuales, etiquetas peyorativas, violación al derecho a la intimidad, calumnias e injurias, amenazas y manipulación psicológica.” (Wikipedia, 2014)

Quien ataca a la otra persona y a sus representaciones, tales como imágenes o videos de la víctima, está perpetrando en contra de la misma identidad, lo cual conlleva a baja autoestima o inclusive a casos de suicidio. Esta fase negativa de las interacciones en el internet no es poco común y hoy en día se están estableciendo normativas para evitar este tipo de atentados, como con campañas en Argentina, España o en Estados Unidos.

²² Este tema fue tratado en la *sitcom* estadounidense ‘The Big Bang Theory’ (The Barbarian Sublimation, Chuck Lorre, CBS, al aire el 6 de octubre de 2008) como una respuesta a un problema en el que la protagonista se encontraba obsesionada con un juego en línea.

²³ Cyber = Cibernético y bullying = abuso o maltrato entre pares. También es conocido como ciberacoso.



Fuente: Infografía: ¿Cuáles serán las redes sociales más utilizadas en 2014? Disponible en: <http://www.merca20.com/infografia-cuales-seran-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-2014/>

La imagen anterior entrega breves datos de muchas de las redes más utilizadas hoy en día. Las interacciones se dan por millones y sus usuarios aumentan día tras día. Un estudio realizado por la IAB Spain (IAB Spain Research, 2014) registra que las 20 redes sociales más utilizadas o visitadas son las siguientes:



Fuente: Evolución de las redes sociales. Disponible en: <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versi%C3%B3n-reducida.pdf>

Es importante definir las redes sociales mencionadas en el cuadro anterior, junto con otras que han ganado terreno últimamente, para poder analizar el uso continuo de las mismas por parte de los jóvenes, la población mayoritaria dentro de estas plataformas.

Facebook: La red social más conocida en el mundo. Una herramienta para conectarse con gente conocida, conocer nuevas personas y compartir cualquier tipo de contenidos.

Youtube: Un sitio de almacenaje de videos gratuito, servicio brindado por Google. El éxito de esta red radica en la amplitud de contenidos audiovisuales que ofrece, junto con una interfaz amigable que permite comentar, compartir o subir videos en cualquier momento.

Twitter: Espacio de microblogging (los mensajes no pueden exceder los 140 caracteres) que es la plataforma de comunicación en tiempo real más importante en la actualidad. La interacción social en esta red consiste en que un usuario siga a otros y por lo tanto reciba los “tuits” de los demás, de la misma manera en que el usuario es seguido por otras personas.

Google+: El gigante de internet no se quiso quedar sin entrar al ruedo de las redes sociales. Es una plataforma similar a Facebook; la diferencia es que se crean redes de amigos y se organizan en los llamados ‘círculos’. Un punto a favor es la facilidad que posee para enlazarse con los demás servicios provistos por Google, tales como Gmail, Maps, Calendario, Docs y demás.

LinkedIn: Orientada meramente al ámbito laboral, esta plataforma crea redes de usuarios a partir de las hojas de vida de los mismos, disponibles para las copiosas empresas presentes en esta red social. Es una herramienta indispensable para la promoción profesional.

Instagram: Diseñada especialmente para dispositivos móviles (pero con acceso desde el ordenador desde el 2013), esta red permite subir imágenes que pueden ser retocadas o editadas con filtros de luz, de enfoque y demás para poder mostrarlas a los seguidores de cada usuario. Si bien la interacción es reducida a “likes” y comentarios, es la red preferida al momento de compartir imágenes propias.

Tumblr: Una red de microblogging, pero no tan limitada como Twitter, que permite publicar imágenes, audio y texto con mucha facilidad para que los seguidores del usuario respondan y comenten las publicaciones formando una ‘cola’.

Pinterest: El tablero personal del usuario en internet. Si hay alguna imagen o video que son del interés de quien navega por esta plataforma, se “pinea” (similar como colocar

una imagen en un tablero de corcho con un alfiler) y por tanto se agrega al perfil personal, lo que facilita encontrar contactos con gustos parecidos a los de uno. Es la tercera red social más visitada en EEUU, y el 63% de sus usuarios son mujeres. (norfiPC, 2012)

MySpace: Una de las pioneras en relacionar gente a través del internet. Mientras Facebook se remitía únicamente a estudiantes universitarios norteamericanos, esta plataforma estaba abierta para que todo el mundo interactúe bajo su sistema de mensajería interna y su formato de perfiles personales. Ha perdido peso frente al potente Facebook, pero sigue siendo una de las redes sociales con más usuarios activos, incluyendo músicos y artistas, quienes cuelgan su música para que sea promocionada en esta página.

Reddit: Con el slogan de “la página frontal del internet”, esta red social permite agregar noticias y marcadores sociales que son votados por sus usuarios para aparecer en la página principal de la plataforma. Muchas de las tendencias en internet surgen de esta red, y el éxito de la misma radica en que puede ser utilizada como un mapa de discusión.

Hi5: Antes de la apertura de Facebook al público en general, esta plataforma era la líder en interacciones en la red en Latinoamérica. Con muchas de las características de redes sociales como MySpace, Hi5 era el sitio de encuentro en internet, hasta que sufrió una pérdida de distinción tras la llegada de Facebook.

Como un punto aparte, cabe mencionar a las redes sociales líderes en Oriente, como VKontakte, el denominado Facebook ruso, que mantiene inclusive un diseño idéntico; Qzone, que destronó a Facebook y a Twitter en China; Weibo, la alternativa China a Twitter; y Renren, la copia china de Facebook.

A partir del surgimiento de la web 2.0, varias son las redes sociales que nacen periódicamente. Sin lugar a dudas, Facebook lleva la delantera como la plataforma más utilizada, pero muchos de sus competidores adquieren más y más adeptos a causa de la facilidad de acceso que proveen y a los diversos usos que ofrecen las demás redes.

Son los contenidos audiovisuales los que han logrado un impacto en los usuarios de Facebook. La facilidad de permitir que otra gente sepa lo que al usuario le interesa, le gusta, está de acuerdo y la amplia gama de maneras de mencionarlo ha ocasionado que el

concepto de “compartir” sufra una transformación. Antes de estos cambios guiados por la tecnología, uno compartía su almuerzo con sus amigos; compartía tiempo con sus padres; compartía el dormitorio con su hermano. Ahora, compartir implica ayudar a repartir por la red un contenido en particular. Puede ser un video, una imagen, un pensamiento, una noticia. Al poder hacerlo solo presionando un botón y al ser contenidos tan pequeños, la sociedad de la red puede lograr que el elemento audiovisual se convierta en un contenido viral.²⁴

La mayoría de las conversaciones instantáneas ocurren entre personas de 10 y 20 años. Muchos de ellos conversan con personas de su misma edad y los jóvenes participan en el intercambio con un ritmo más rápido. A menos edad, menos dura el diálogo (Igarza, 2009). Mas hay que tomar en cuenta que mientras más nos acercamos a los niveles socioeconómicos elevados, más tecnología IP abunda, existe mayor alcance de tecnología móvil y, por tanto, más comunicación interpersonal. Es más probable que los adolescentes de mayor capacidad adquisitiva o nivel cultural tengan internet en casa y por consiguiente más facilidades para usarlo (Feixa, 2005).

El progreso que ha tenido la dinámica de conversación por mensaje instantáneo dio un paso gigantesco al incorporarse dentro de Facebook en el año 2008 y luego en el 2013 al integrarse a los teléfonos inteligentes.

“La sensación de estar en un diálogo escrito continuo y la posibilidad de hacerlo simultáneamente con varias personas por canales separados impulsan un cambio de comportamiento en las relaciones sociales” (Igarza, 2009)

Al poseer tantos elementos a su favor, es entendible la percepción negativa de los jóvenes acerca de las interacciones cara a cara. Resulta más sencillo enviar un mensaje instantáneo mediante cualquier plataforma virtual y evitar así una discusión que confrontar a la otra persona y arriesgarse a recibir una reacción negativa en persona. La hipocresía, la interpretación errónea, son más difíciles de sostener en un ‘cara a cara’.

²⁴ Es el concepto de memética: Una idea, comportamiento o estilo que se reparte dentro de una comunidad. (Al igual que un virus). La sociedad en red ha incluido al concepto de ‘*meme*’ a la cultura popular. Surge de tal manera el origen de los ‘memes de internet’ que es un fenómeno de Internet tal como un producto, campaña, franquicia, suceso o contenido audiovisual que se populariza a través de Internet.

Los dispositivos de tecnología móvil adquieren alta importancia y requieren una mayor atención a las cuestiones ergonómicas y de manipulación. Ahora la tecnología móvil ya no es sólo para hablar y la IP ya no es sólo para mensajería instantánea (Igarza, 2009) por lo que día a día surgen nuevos dispositivos multifuncionales que promueven la brevedad.

A pesar de que las netbooks y demás portátiles son bastante utilizadas por su interfaz más amigable, los teléfonos también se sumergen en los lapsos intersticiales. (Igarza, 2009) No es raro ahora encontrar móviles que dispongan de mayor memoria y con varios núcleos para un óptimo funcionamiento, dando pie a que la revolución del internet y el consumo de sus contenidos se inserte definitivamente en la vida del usuario.

Al tener la puerta a toda la información disponible en la palma de la mano llegó la individuación como un fenómeno social cultural y económico. La conexión inalámbrica logra que los contenidos se encapsulen, los aísla y al mismo tiempo los globaliza y los hace participativos (Igarza, 2009). Es esta virtualización la que se presenta como una nueva forma de intervenir, de interactuar, de comunicarse, de ver, de hacer, de disfrutar y compartir.

Uno de los factores determinantes para que el internet haya adquirido tanta cobertura y sea tan influyente radica en la pildorización de la información. Los microcontenidos son más fáciles de consumir y por ende más sencillos de recordar. Lo audiovisual tiene a estar presente en nuestras vidas y ocupa más espacio mental que cualquier tipo de información. La muestra más clara de aquello es el fenómeno de los videos virales: videos de corta duración que pueden contener elementos cómicos o reflexivos, pero que entregan el mensaje rápidamente y por tanto son compartidos rápidamente por la red. Lo mismo sucede la lectura y la escritura digital. Surgen los microgéneros en los cuales recaen los conceptos de microcuento, microhistoria y muchas veces eligen plataformas que se adecúen a los factores necesarios, es decir Twitter.

Pocas son las cosas que dejarán de ser pildorizadas para un consumo más rápido de la población. Aplicaciones como Instagram (en donde solo se comparte una foto con una breve descripción) o Vine (en donde se pueden compartir videos de tan solo 6 segundos de

duración) dan fe de que todo se puede comprimir; inclusive la vida propia. Igarza menciona el concepto de *lifestreaming* que quiere definir a la vida compartida en continuo, o sea un contacto fluido y permanente entre usuarios de cada actividad (2005). Facebook aparece de nuevo como la plataforma en la cual las demás confluyen y permiten que el usuario comparta en línea toda su actividad, ahora con más detalles gracias a las nuevas aplicaciones en los teléfonos inteligentes.

“El concepto que subyace es el de abandono de la visibilidad, el abandono de la reserva y de la privacidad, el de incorporar el diario personal online toda la experiencia vivencial de modo que la vida del usuario deje de ser anónima” (Igarza, 2009)

El fenómeno social de la visibilidad surge a flote cuando las herramientas tecnológicas lo permiten. No solo con un pensamiento compartido, sino con imágenes, sonidos y contenidos que representan la identidad del sujeto hacia otros usuarios que poseen intereses aproximados. Todo forma parte de un fuerte inmediatez en el que uno se desactualiza acerca de todo lo que sucede si no se conecta. Es coherente deducir entonces que quién no se encuentra en los medios sociales, no está en el internet. Quién se separa de este tipo de interacción pronto se verá excluido de los otros tipos de interacciones ya que los intereses en común que poseen los demás usuarios escuetamente van a coincidir con los de una persona que se encuentra fuera de esa comunidad. El coloquialismo reza de la misma manera: “Si no estás en Facebook, no estás en nada”.

3.3 Facebook como fenómeno de interacción

Lo que surgió como una manera de comunicarse entre compañeros de universidad, es ahora uno de los fenómenos sociales más envolventes en la historia de la humanidad. Facebook se ha adueñado del concepto de ‘red social’ y lo ha modificado a su conveniencia. La capacidad de compartir cualquier tipo de contenido para que el grupo de “amigos” de un sujeto lo observe, y por tanto para presentar la identidad del mismo es la base del éxito de lo que ahora es uno de los nombres más conocidos, tanto a nivel social así como a nivel económico.²⁵

²⁵ Facebook ingresó a la Bolsa de Valores de Estados Unidos el 18 de mayo de 2012.

El dueño de la cuenta es uno y solo uno. Existe un sentimiento de individualidad del usuario como propietario de la misma, ya que únicamente él tiene acceso a la cuenta con su contraseña y únicamente él está consciente de lo que desea publicar en su página. Es una práctica individualista de aislamiento social potenciado por las redes mediadas (Igarza, 2009). El manejar la cuenta es un acto meramente individual y es la razón por la cual el sujeto es tan cuidadoso con su ingreso y con que nadie más tenga acceso a ella.

Antes que nada, como en cualquier lugar de interacción, existen normas de comportamiento en Facebook. El sitio bloquea automáticamente publicaciones de desnudos o con cualquier contenido pornográfico. De igual manera, tiene un sistema en el cual bloquear contenidos que a algún usuario le parezca ofensivo. En cuanto a normas tácitas, hay que recordar que una vez definidos roles por medio de interacciones (“Aquel usuario siempre comparte imágenes de artistas, aquel siempre sube videos de su cantante favorito, aquel publica artículos y documentales) cada uno asume su función la cual es respetada por los demás, sin que eso implique que a su coro le guste sus publicaciones. De igual manera, si al inicio de esta tipificación, existió algún elemento que disgustó a algún usuario y este lo hizo público a quién lo subió, lo más probable es que este tipo de publicaciones no se repitan.

Si bien la apariencia de la interfaz del usuario ha cambiado periódicamente (y se puede estar seguro de que seguirá cambiando), hay elementos claves que ahora son constantes en esta plataforma.



En la parte superior de la pantalla existen tres pequeños íconos que indican la llegada de Solicitudes de Amistad, Mensajes y Notificaciones. El sujeto que inicia sesión en la red social, usualmente se encuentra con notificaciones que indican que alguien ha interactuado en algún contenido publicado. Las notificaciones son las muestras de que el usuario es visible para sus contactos y por tanto han observado e interactuado con lo que tuvo que decir. Estas notificaciones, en aparatos móviles, aparecen en cualquier momento y son las pautas para que el sujeto tome una pausa, mire a su celular y se inmersa en una

pequeña burbuja de ocio. Las notificaciones son las que definen la cotidianeidad y la razón por la cual Facebook ha calado tanto en la sociedad. Mantienen pendiente al usuario de interacciones para entablar una nueva relación que, al momento de revisarlas, definen una nueva continuidad de espacio tiempo, ya que independientemente de la hora que se reciba la notificación, el usuario ingresará a la página y es ese el momento en el que la interacción retoma la continuidad.



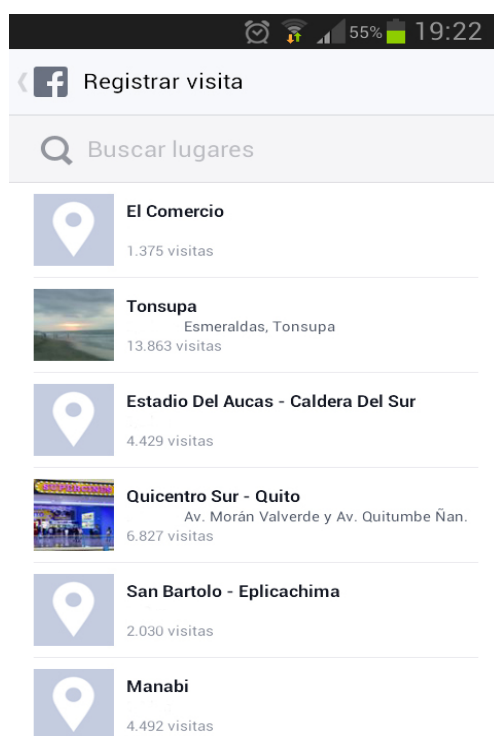
Fuente: Captura de la pantalla principal del autor de esta investigación.

La sección de noticias es la característica principal de esta red social. En ella, mientras se desplaza hacia abajo, se muestran las publicaciones de los contactos del usuario, ingresadas siempre en la parte superior de la pantalla, donde se pueden actualizar estados, o agregar fotos y videos.



Hoy en día, en un intento de demostrar la portabilidad de acceso a la red o de especificar gustos por tal o cual espacio público, existe la posibilidad de hacer un “check-

in” virtual en los locales que uno visita. Es primordial que el dueño de la cuenta de Facebook que se registra en un lugar posea también un teléfono inteligente (por la necesidad de un GPS incorporado para poder especificar la localización) convirtiendo esta acción en una demostración de capital económico y social del dueño de la cuenta. No se observa que alguien se registre en un barrio rural alejado de cualquier nodo socio-económico, mas es común que los usuarios de Facebook se registren en restaurantes, aeropuertos o discotecas. El gusto por cierta actividad radica en demostrarlo, con la coincidencia de que estas actividades impliquen la posesión de cierto capital económico, cultural o social.



Fuente: Captura de pantalla de la aplicación de Facebook para móviles; en la sección para registrar visitas a sitios cercanos.

Uno puede elegir qué publicaciones aparecen en la línea temporal, pero usualmente son algoritmos especializados los que deciden que publicaciones son las que se muestran, tomando en cuenta la interacción entre dos usuarios específicos. Es aquí donde aparecen las actualizaciones de estado de los sujetos, las cuales son claras muestras de la identidad que un individuo quiere mostrar para con los demás. No es raro que muchas veces el estado

aparezca únicamente con el objetivo de obtener una respuesta que valide al contenido del mismo.

Al momento que surge una publicación, el usuario tiene 3 opciones para continuar la interacción: hacer clic en ‘Me gusta’ para indicar afinidad con lo publicado, comentar sus pensamientos provocados por el estado, imagen, video, canción, artículo o enlace en cuestión, o compartir el elemento. Los comentarios realizados por los contactos hacen las veces de voz en las discusiones acerca de la validez de la publicación, y dentro de la plataforma virtual, reemplazan a la interacción cara a cara. Es común que las discusiones, independientemente del tema o de la profundidad de la misma, se desarrollen en la sección de comentarios del contenido compartido por cualquier usuario; la facilidad que implica usar las redes sociales para comentar un tema sin temor a represalias directas de los otros participantes lleva a que este intercambio cultural se repita constantemente en Facebook.




Fuente: Captura de pantalla de las publicaciones varias en la sección de noticias.

En la imagen anterior se observa a la derecha, en la sección superior, las interacciones de los contactos; bajo aquello, los contactos conectados en el servicio de mensajería instantánea. El usuario comparte el contenido cuando se encuentra de acuerdo con el elemento que ha visto. Esta opción de ‘compartir’, desde el punto de vista lingüístico, es un factor determinante para que Facebook sea considerado una comunidad, a la vez que incita al consumo cultural y a la absorción de (micro)contenidos. Muchas páginas ajenas a la red social han incluido una opción de “compartir” el contenido en

Facebook, para aumentar las posibilidades de que sea visto e incluirse en la cotidianidad de un usuario asiduo de Facebook, a quien este flujo de actividades se le han colado en las burbujas de ocio que tiene. Es por eso que esta plataforma virtual, junto con otras como Twitter, han desplazado a los medios de comunicación tradicionales en tanto que los contenidos llegan instantáneamente para que sean consumidos por los usuarios hiperconectados.



Fuente: Captura de pantalla de www.facebook.com.

Bajo la publicación, en esta captura de pantalla, se observan las interacciones que se pueden realizar: Me gusta, Comentar o Compartir. Mucho del éxito de Facebook radica en el botón 'Me gusta'. Tanto así que recientemente esta plataforma incorporó el mencionado botón (que solo estaba disponible para publicaciones) para que el usuario indique que también le gustan los comentarios que observa. Al presionar el botón  **Me gusta** en la página de cualquier marca comercial, el usuario recibe notificaciones de las publicaciones de la respectiva empresa; de igual manera sucede cuando a alguien "le gusta" tal o cual personalidad pública, táctica utilizada en época de elecciones por actores políticos. Una persona puede ver lo que "le gusta" a sus contactos, y por tanto, se crea un sentimiento de afinidad a partir de los gustos compartidos. Como otro punto a favor, hay que recordar que las comunidades virtuales crean un capital social, cultural y científico que generan grupos de socialización acerca de sus intereses afines (Estrella, 2011).

Pero quizás la interacción más fuerte y que implica mayor rango de intersubjetividad es cuando el usuario presiona el botón ‘Me gusta’ en las publicaciones de sus contactos, sean estas fotos, imágenes, canciones, videos o pensamientos plasmados en los estados. Es que uno, al indicar que le gusta la publicación de cualquier contacto se convierte instantáneamente en el otro significante de esta persona y con esa interacción reafirma la identidad del usuario. Si el dueño de la cuenta publica una canción de Iron Maiden, los otros significantes que presionan el mencionado botón legitiman los gustos del usuario en cuestión y afianzan su identidad como alguien quien gusta del rock, lo definen en el rol de alguien que publica canciones de aquel género y paulatinamente se crea una reputación en Facebook a partir del contenido compartido.

En el caso de las fotos del usuario (incluyendo las autofotos o *selfies* que desde finales del 2013 adquirieron popularidad), la acción de ‘me gusta’ no implica únicamente una interacción que influye en la identidad, sino que muchas veces puede interferir en el autoestima de quien las publica.

“El uso excesivo de este recurso (La autofoto) puede generar trastornos de ansiedad y depresión en los adolescentes, especialmente en las mujeres que tienden más a comparar sus realidades con las que ven en el mundo “ideal” de las redes sociales.” (Díaz, 2014).

Es el “coro” el que crea ese mundo ideal en el cual solo las imágenes estéticamente placenteras para los otros significantes son válidas para mostrar al público o a los contactos de Facebook. Si una foto de perfil no recibe suficientes “likes”, quien colgó la imagen subjetivamente puede pensar que no cumple con las expectativas de sus contactos, por lo que le llevaría a cambiar o eliminar la foto. Esa idea de baja autoestima tiene la posibilidad de extenderse fuera de la interrelación mediada por el ordenador e influir en todo tipo de interacción social. Por tanto, la presencia de fotos e imágenes en Facebook radican en demostrar un sentimiento de visibilidad por parte de quien las publica, ya que sean buenas o malas las retroalimentaciones, el usuario es partícipe de una interacción que influye en su identidad. La siguiente “selfie”, sin embargo, se convirtió en el tuit más difundido de la historia, con más de tres millones de réplicas, debido a la alta presencia de celebridades estadounidenses, lo cual se convirtió en un factor legitimador para que la sociedad siga tomándose este tipo de fotos.



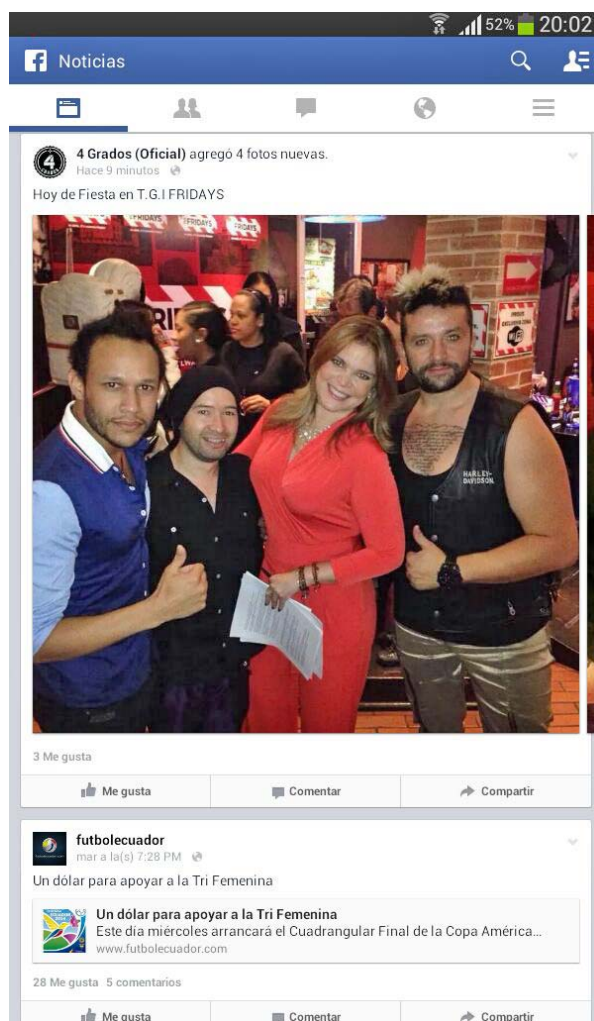
Fuente: <https://twitter.com/TheEllenShow/status/440322224407314432>.

Una particularidad en torno a las imágenes es la posibilidad de etiquetar o “taguear” a alguien, es decir, de especificar quien es la persona que está en la foto, que usualmente es subidas por otras personas. Al suceder aquello, quien aparece en la imagen, pero no la subió, no tiene la capacidad de elegir si desea que esa foto esté en la red, sin embargo, al ser etiquetada, la mencionada imagen aparece en el perfil del usuario. La queja usual de quien es etiquetado es aclarar que, al no ser el dueño de la foto, no verifica si muestra una postura estéticamente placentera para sus propios estándares, lo cual puede modificar su idea de identidad; por lo que no es raro que muchos eliminen el “tag” de la imagen. De igual manera sucede cuando en la foto se realiza una acción poco apreciada por quien conforma el círculo de a quien está etiquetado.

A todo momento, se puede observar en la esquina superior de la página un pequeño recuadro que va mostrando todas las actividades de los contactos del usuario realizadas en su respectiva página. De esta manera, no solo las publicaciones de los demás son visibles para el usuario, sino también cada uno de sus movimientos e interacciones mientras están conectados en la página. Coloquialmente, es conocido que “no hay secretos en Facebook” o que “ojos que no ven, el Facebook te lo cuenta”; estas aseveraciones están fundamentadas en esta dinámica, mas son aceptadas por todos los usuarios que, al ingresar a la red virtual y aceptar los términos y condiciones de la misma que especifican visibilidad de las acciones a todo momento, están de acuerdo a mostrar todos los aspectos de su vida demostrados en la

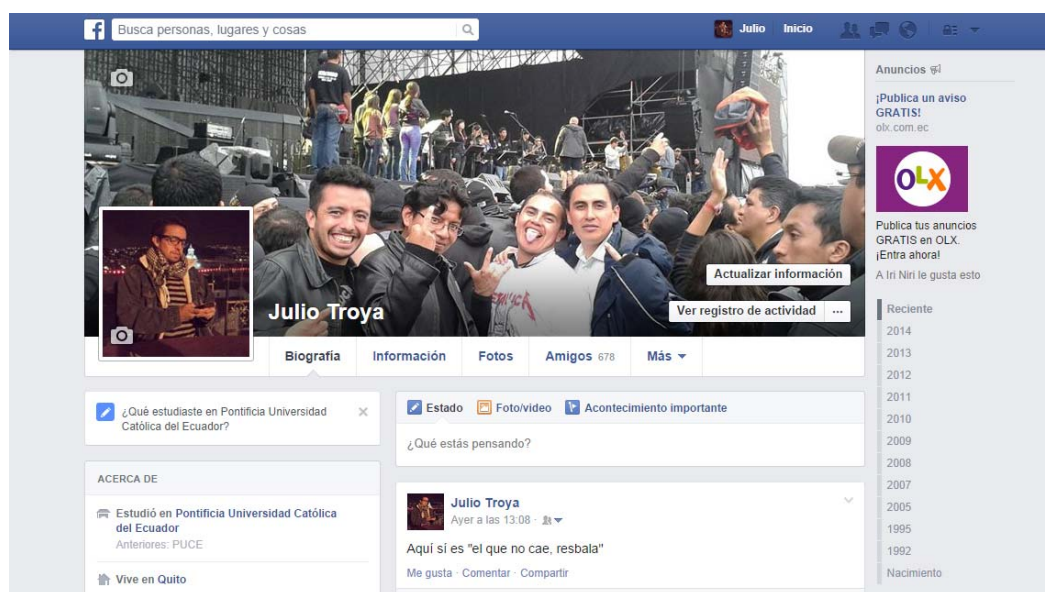
forma de un “me gusta” o de un comentario. Si a una persona le agradó una imagen de cierto artista, y lo demostró comentando en dicha foto, está ingresando en la dinámica de especificar sus gustos y, por tanto, haciéndolos visibles para que todos sus otros significantes validen o desprecien esta acción. La socialización entre un sujeto y su otro significativo devela un proceso de legitimación recíproca. Esta legitimación no solo indica al individuo por qué debe realizar una acción y no otra; también le indica por qué las cosas son lo que son.

. Las publicaciones en la siguiente imagen son de páginas (4 Grados y futbolecuador) que reciben seguidores tras que los sujetos den clic en “Me gusta” en su página.



Fuente: Captura de imagen de la aplicación de Facebook para dispositivos móviles.

La segunda característica principal de Facebook es el perfil propio del usuario. Una imagen de perfil y una foto de portada muestra a los demás contactos quien es el individuo, qué hace o cuáles son sus gustos. Si bien pueden ser fotos del dueño del perfil, también pueden ser imágenes al azar que identifiquen al sujeto con sus gustos, causas o afinidades. En la mayoría de los perfiles observados para esta investigación, la foto de perfil corresponde al usuario, a veces acompañado de algún ser querido; mientras que la foto de portada indica al dueño de perfil realizando alguna actividad, en unos casos, o es la imagen correspondiente a alguno de sus gustos. En ambos casos, el objetivo es crear una identidad pública para presentar a quienes son contactos de Facebook, e inclusive se puede leer que la foto de perfil es la identidad física del usuario, mientras que la foto de trasfondo usualmente quiere mostrar un plano más subjetivo. Esta página hace las veces de álbum y diario, como museo de topografías íntimas.



Fuente: Captura de pantalla del perfil de usuario del autor.

Bajo estas imágenes, existe una línea del tiempo que empieza con la publicación más reciente del usuario y que termina al fondo de la página con la fecha de nacimiento del usuario y especificaciones de hechos importantes en la vida del usuario. Estas particularidades han suplantado a los álbumes de fotos, a los diarios personales y a las biografías personales y los ha juntado en un solo lugar, e inclusive han incluido muchos

más detalles para que la identidad de una persona pueda ser vista de una manera más comprensiva a quien visite su perfil.

En la página personal se muestra información personal como edad, sitio de trabajo, lugar de residencia, día de cumpleaños y, para muchos lo más importante, el estatus afectivo o la confirmación de una relación afectiva. Siendo Facebook el nuevo espacio transcendental para interactuar, las relaciones afectivas recurren en esta importancia. El sujeto siente, en la mayoría de los casos, que tiene que demostrar a los demás que está en una relación, por lo tanto sube imágenes con su pareja, le dedica canciones en su perfil y espera a que sus contactos legitimen la relación con sus comentarios; dejando de lado a las antiguas prácticas como las cartas de amor y las serenatas, y haciéndoles incurrir a sus contactos en un tipo de ‘voyerismo virtual’. Los observadores de este tipo de relaciones pueden tener una idea completamente subjetiva de la relación, basándose en las interacciones que el sujeto admira. Es por eso que pueden percibir una sensación de distanciamiento o de acercamiento y comentar acerca de aquello. No por nada, hoy por hoy esta red social es denominada como una meca de opiniones y chismes en cuanto a relaciones interpersonales se trata.

“Facebook, destapa el voyeurista que llevamos dentro. Vemos, y nos dejamos ver. Los grados de privacidad son relativos. Se accede al Facebook sabiendo que seremos vistos por quién sabe quién. Por algunos amigos (el concepto de amistad no es relevante en este momento), pero también por amigos de los amigos, por amigos de los amigos de los amigos, y así hasta el sexto grado del experimento y más allá. No hay escapatoria. Se puede controlar, ¿pero quién lo hace? Si 80 millones de individuos entramos a Facebook es porque queremos ser vistos, que nos vean, que nos relacionen con otros.” (Sassón, 2014)

Al cambiar el estatus de la relación de pareja de privado a público se da pie a la inclusión de otras personas en la relación, lo cual juega con la intersubjetividad de los implícitos afectivamente, ya que, reiterando que Facebook es el nuevo sitio de interacciones entre personas, se replican acciones como los sentimientos de celos provocados por la interacción de uno de los sujetos con otra persona que no sea su pareja. Es vox populi que han habido relaciones afectivas finiquitadas por causa de este tipo de problemas, llevando incluso a la eliminación de la página de Facebook propia o de la pareja, lo que, en estos tiempos de hiperconectividad, equivale a una muerte simbólica para quienes permanecen en la red social.

Son escasas las situaciones en las que una persona se refiera en términos negativos a la relación de otra persona públicamente en la red social, puesto que existe un código de normas implícito en estos casos. En el caso de que exista, quien se siente aludido únicamente elimina el comentario negativo y, muy probablemente, el contacto de amistad. Otras personas, en cambio, deciden no publicar su relación afectiva para evitar explayarse acerca de ella. Es la gente que prefiere mantener su relación como muchos de los migrantes digitales, es decir, mediante interacciones cara a cara sin mediarse excesivamente por las redes sociales.

Continuando con el perfil de usuario, uno puede ver una lista de ‘amigos’ dentro de un recuadro en la pantalla, es decir de los contactos con los quienes se puede interactuar. El concepto de amistad se distorsiona un poco en esta red social, puesto que en muchos de los casos, no es necesario que el dueño de la cuenta conozca personalmente, cara a cara, a quien acepta como amigo en la red social. La amistad era fundamentalmente una relación muy íntima, y por tanto escasa, entre personas. Ahora se puede observar que las listas de amigos en promedio superan las 200 personas por cada usuario. Sin embargo, hay que señalar que uno de los puntos a favor acerca de las amistades en Facebook es que, debido a la profunda inmersión de la red social en la población, los navegantes de la red han sido capaces de reencontrarse con conocidos y compañeros de quien no sabían hace años; retomar relaciones que se pensaban perdidas o extender las conexiones con amigos de amigos que comparten gustos con el uno. Es así que Facebook reafirma su posición como espacio de socialización exitosa adyacente a los demás espacios en los que usualmente se solían generar amistades.

La manera de obtener contactos en Facebook es a través de las Solicitudes de Amistad. Se pueden enviar o recibir, y por tanto también se pueden eliminar. En la parte superior de la página, a todo momento, existe una barra de búsqueda en la cual el sujeto puede averiguar si tal o cual persona se encuentra en la red social o si su artista favorito posee una página; es decir, si alguien tiene una página o se encuentra registrado en Facebook, las probabilidades de que alguien más lo encuentre son muy altas. Inclusive, la misma página realiza una serie de algoritmos para sugerir “Personas que quizá conozcas”, mostrando una lista de personas que mantienen contactos en común con el dueño de la

cuenta y asumiendo que el usuario conoce a esta gente y desea enviarles una solicitud de amistad.

Al haber casi 7 millones de usuarios de Facebook únicamente en Ecuador, muchos del círculo social particular de una persona utilizarán esta plataforma virtual; por tanto, si debido a alguna disputa o por decisión voluntaria se encuentra excluido de las redes sociales, su cotidianeidad se modifica. En el primero de los casos, cuando alguien elimina a un contacto de su lista de amigos, representa una deslegitimación de la relación y de toda interacción social que pueda formar parte de la misma, e inclusive sufre una suerte de muerte simbólica para quienes la red social media en su vida en gran escala. Facebook, como nuevo espacio de interacción, prima a la hora de generar encuentros, sean estos mediados por un ordenador o cara a cara, y quien no pertenezca a la red social, probablemente no será partícipe de mencionados encuentros, o puede que no comparta los tópicos a tratar en reuniones, puesto que habrán contenidos que sólo podrán ser comentados por quienes lo vieron en las redes sociales, por ejemplo, videos que se han convertido en virales, rumores acerca de relaciones en Facebook, contenidos culturales compartidos por los mismos autores en sus páginas personales, tendencias políticas; y demás. El sujeto que no tiene Facebook, dentro de un grupo que sí, ahora es considerado un ermitaño solitario similar a los sujetos ‘análogos’, como los abuelos.

Existen también características que implican aumentar las interacciones entre usuarios. A la derecha de la pantalla se muestran los usuarios conectados al momento, ya sea vía ordenador o a través de un dispositivo móvil lo cual permite enviar mensajes directos a cualquiera de los usuarios. Esta dinámica reemplazó a las salas de chat o a los servicios de mensajería instantánea, masivamente comunes desde mediados de los 90. La peculiaridad que tiene este sistema de mensajes es que los usuarios pueden observar si con quien quieren conversar se encuentra en línea, si está escribiendo o incluso si ha leído el mensaje que se le ha enviado. Como una manera diferente de mostrar visibilidad, el sujeto aparece con un signo verde junto a su foto de perfil, pero, al estar sujeto a interpretaciones, esa señal puede crearle ciertos problemas. La inmediatez de la cual los consumidores culturales tecnológicos son víctimas ha provocado que quien busca una conversación exija de manera inmediata una respuesta. Si esto no sucede, el otro sujeto puede interpretar apatía

por parte de quien ha leído el mensaje, por el hecho de no haber recibido respuesta o incluso crear una percepción distorsionada del tiempo debido a la inactividad. A inicios del 2014, en el caso de los dispositivos móviles, Facebook exigió a los usuarios a descargar su aplicación *Facebook Messenger* si es que deseaban utilizar a su plataforma como medio de mensajería instantánea; lo cual permite mayor inclusión de esta dinámica en la vida cotidiana. La interfaz, muy amigable al usuario, permite inclusive mantener una conversación sin necesidad de cerrar las otras aplicaciones en el teléfono o la Tablet.

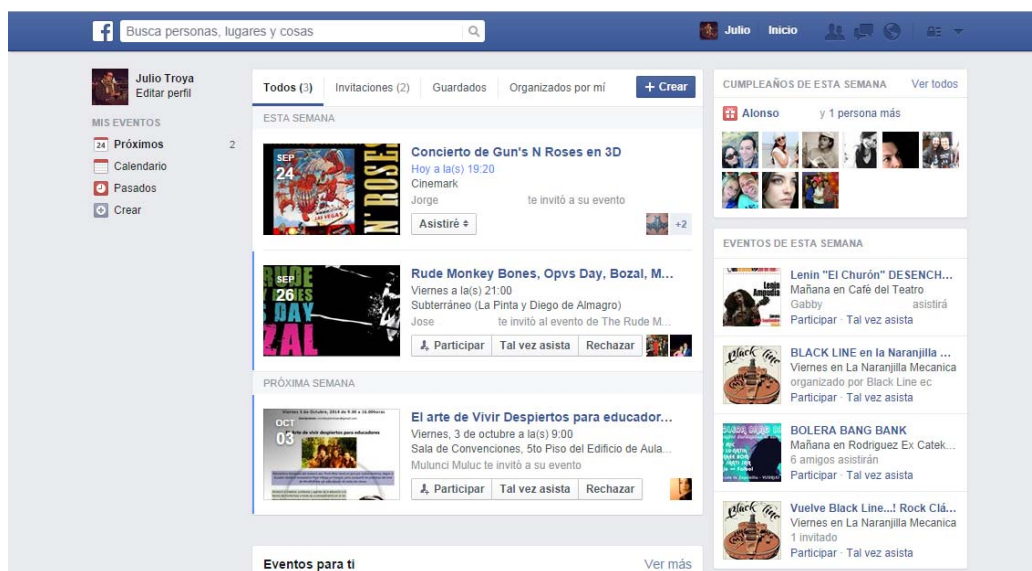


Fuente: Captura de pantalla de la aplicación FB Messenger.

Al otro lado de la pantalla, en el ordenador, aparece una lista de grupos a los cuales el usuario pertenece y una lista de aplicaciones enlazadas con el perfil del usuario que usualmente suelen ser juegos para el ordenador. Facebook mantiene una sección denominada ‘Eventos’ en la cual aparece un calendario que muestra, redundantemente, eventos a realizarse (tanto en red como fuera de ella) e imágenes de las fotos de los usuarios en su respectivo día de cumpleaños, lo cual, a quienes permanecen

hiperconectados, no les deja olvidar un onomástico. Muchos concuerdan que esta característica eclipsa a la tradicional interacción cara a cara, puesto que el usuario puede pensar que basta un mensaje de cumpleaños en vez de una visita o un regalo; una invitación a un evento por la red en vez de una llamada telefónica. Cabe recalcar que, para contrarrestar de cierta manera la idea anterior, Facebook permite que los usuarios puedan publicar contenidos en los perfiles de sus contactos, los mismos que aparecen en la línea temporal del perfil de los dos usuarios.

Es esta última interacción entre usuarios la base del debate acerca de la validez de la relación interpersonal. Quienes se encuentran a favor de que es una dinámica aceptable para socializar argumentan que existen elementos que en una interacción cara a cara son más difíciles de mostrar. Al compartir enlaces pueden mostrar de una forma rápida el punto al cual quieren llegar. Quienes están en contra de esta dinámica, afirman que independientemente del contenido, no deja de ser una interacción remota, sin los elementos de una relación real. De ambas maneras, existe interacción, y la validez de la misma depende de la percepción personal de cada individuo, de su mundo.



Fuente: Captura de pantalla de la sección de “Eventos” de Facebook.

Dentro de esta denominada sección de ‘Eventos’, el usuario puede crear una página temporal para organizar reuniones a las cuales los contactos del usuario pueden ser invitados. Esta dinámica ha suplantado en gran magnitud a realizar la misma acción a

través de una llamada telefónica, puesto que se logra mayor alcance de convocatoria en menos tiempo y con menos esfuerzo. Los invitados al evento, pueden comentar e interactuar en la página *ad hoc* para preguntar acerca de detalles, sugerencias y demás. El momento que se realiza el acto, la página se archiva y ya no se muestra dentro de la línea del tiempo del usuario.

Uno de los temas más controversiales es la configuración de la cuenta y su privacidad. Una vez que un sujeto ingresa a este mundo virtual, está obligado a aceptar Términos y Condiciones para el uso de Facebook; el principal problema es que escasos usuarios se dan el trabajo de leer los 18 puntos que ligán al sujeto con la red social. Las empresas multinacionales y de publicidad han sido quienes han sacado mayor provecho de aquello. Al no conocer bien el proceso, los usuarios permiten que estas empresas obtengan cierto tipo de información que luego utilizan con fines comerciales. Inclusive, los hackers o piratas virtuales, pueden acceder a todo tipo de información para ingresar a la cuenta descuidada.



Fuente: Captura de pantalla de la sección de Configuración de privacidad de Facebook.

Una vez que una imagen ha sido subida al internet, es casi imposible que la misma pueda ser eliminada del todo del espectro virtual. Facebook, de por sí, tiene varios data

centers²⁶, donde se almacenan todos los datos, información y archivos que ingresen a la plataforma; así que, si bien el sujeto elimina una imagen que ya subió, esta se mantiene guardada en las instalaciones físicas de Facebook. Eso sin tomar en cuenta la posibilidad de que previamente ya haya sido compartida o guardada por algún contacto. Un claro ejemplo de lo que esto implica es la divulgación de ‘selfies’ de celebridades estadounidenses a inicios de septiembre; quienes pensaron que sus imágenes estaban seguras en la red, se encontraron con un navegante que con mucha pericia las divulgó en toda la red, alegando que la información que existe en la red pertenece a todos, eliminando los límites entre lo público y lo privado al haber ingresado al internet.

La inmersión de Facebook en la vida cotidiana radica particularmente en su uso en dispositivos móviles. Los desarrolladores de juegos partieron de esta idea para que estas actividades recreativas sean también parte de las burbujas de ocio que tenemos a lo largo del día; mas no se quedaron ahí, sino que juntaron fuerzas y muchos de los juegos en teléfonos o tablets están sincronizados con la cuenta de Facebook de los dueños del dispositivo. La empresa estandarte en esta dinámica es King, líder en juegos para teléfonos inteligentes y tablets como *Candy Crush Saga*²⁷. Es la empresa número uno en sincronización con cuentas de Facebook debido a que para pasar de cierto nivel en sus juegos es necesario pedir cierto tipo específico de ayuda a los contactos de la red social. De igual manera, otros juegos para dispositivos móviles ofrecen la opción de compartir logros del juego en la página principal de la plataforma social, como otro signo de visibilidad. Estas interacciones se basan en que los éxitos logrados en los juegos implican satisfacción y recompensas para sus usuarios (como las respuestas de los contactos en línea) por muy poco trabajo. Es la base de la adicción al ingreso al internet y sobre todo a redes sociales.

Las publicaciones, que según estudios recientes, en un 80% de las ocasiones tratan acerca de uno mismo, esperan socialización por parte del coro y por tanto legitimación de la

²⁶ “Según la base de datos Datacentermap.com, en Estados Unidos es donde más de estas instalaciones se concentran: nada menos que 1046 de las 2386 que hay repartidas por 86 países de todo el planeta.”

Información disponible el 19 de septiembre de 2014 en

http://muyinteresantespain.blogspot.com/2012/12/donde-se-almacenan-todos-los-datos-de.html#.VByTD_mSxXE

²⁷ Juego que al momento cuenta con 54 millones de usuarios diarios. La empresa King, debido al éxito de este juego, el más popular en 2013, cerró el año 2013 con ingresos de cerca de 1.88 billones de dólares. Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Candy_Crush_Saga y [http://en.wikipedia.org/wiki/King_\(company\)](http://en.wikipedia.org/wiki/King_(company)) ingresados el 22 de septiembre de 2014.

misma. Al obtener una interacción, se activan las mismas zonas del cerebro que se activan con el uso de drogas, y por tanto se liberan dopaminas, la hormona del placer. Literalmente, obtenemos placer al publicar algo en Facebook y al recibir cualquier interacción, lo que nos lleva a hacerlo la mayoría de veces que podamos.²⁸

²⁸ Los estudios mencionados en este párrafo se encuentran disponibles en <http://www.iflscience.com/brain/5-ways-social-media-changing-your-brain#>.

CAPÍTULO IV

4. Transformaciones en las relaciones sociales

A continuación se presentan las respuestas recibidas a la publicación de Facebook que hizo el autor con la pregunta: “Las redes sociales, en especial Facebook, ¿de qué manera han cambiado la manera en la que ustedes se relacionan con las demás personas?”

Tiempo de respuesta	Edad	Predisposición a la respuesta	Respuesta
2 minutos	27	Alta	Las relaciones han cambiado ya que hay mayor contacto con la gente que vive lejos. Facebook te da la oportunidad de conocer gente de todo el mundo.
4 minutos	26	Alta	Hay mayor contacto con la gente que vive lejos pero al mismo tiempo se reduce el contacto físico con la gente, los amigos, que viven cerca.
1 minuto	31	Alta	Ves a la típica persona que solo postea selfies o “tirándome un pedo en el aeropuerto” y ya sabes que con esa persona no se puede conversar en la vida real más de 2 minutos.
4 minutos	26	Alta	Se comparte más información más variada y para más personas pero es menos útil para una construcción profunda de criterios propios y posiciones grupales.
6 minutos	48	Baja	Ha cambiado la manera en la que la gente se relaciona.
10 minutos	25	Baja	Ya no te relacionas

20 minutos	25	Alta	Las relaciones se inmediateizan en las redes, por lo que importa más lo que se diga en estos espacios.
30 minutos	27	Alta	Las distancias se minimizan, el lenguaje cambia, las interacciones aumentan en desmedro de su calidad. Hay mayor difusión pero a cambio de un debate por la calidad de la comunicación. Hay que recordar que hay personas detrás del perfil y por lo tanto conviene mejorar la comunicación.
1 hora	27	Media	Ha cambiado en la manera como me relaciono con amigos y familia y colegas en el extranjero. La comunicación es inmediata y eficaz.
1 hora 10 minutos	24	Media	No importa cómo se escriba sino como llegue el mensaje, las emociones se convierten en emoticones que ahora son un lenguaje vacío.
1 hora 15 minutos	35	Alta	Comparto más, peleo más, pero me ha servido para cuadrar encuentros y reuniones en vivo, además de ver interés que no sospechaba en ciertas personas
1 hora 43 minutos	27	Media	Uno se entera más de lo que hacen los demás. Por ejemplo tú, me entero que estás queriendo acabar la tesis.
3 horas 20 minutos	27	Media	Las redes sociales funcionan como el cerebro; los seres humanos estamos conectados en una escala de 6 eslabones y esto ayuda a mejorar la inteligencia colectiva.

7 horas 45 minutos	25	Media	Se conoce más a las personas, pero es un arma de doble filo porque es un método de expresión pero también otro mundo virtual. Te puedes desenfadar y desengañar a veces sin necesidad de preguntar directamente si no que como dice el dicho: "Ojos que no ven, facebook te lo cuenta."
1 día 4 horas 30 minutos	27	Media	Hay mayor contacto con la gente que quieres y más comunicación a pesar de la brecha tiempo-espacio. Facebook funciona como un medio de desfogue para el público y como una herramienta que permite una mejor interacción. Sin embargo, soy partidario del encuentro cara a cara.
1 mes	28	Media	Personalmente, no ha cambiado la manera en la que me relaciono con la gente.

Fuente: Entrevistas realizadas por el autor.

Elaboración: Propia.

Las respuestas recibidas como comentarios en una publicación en Facebook radican en su mayoría en los contactos del autor de la investigación. Por aquello, la mayoría de personas que permanecen hiperconectadas e interactúan constantemente con el entrevistador así como quienes mantienen una relación cara a cara con el mismo, presentan una alta disposición para responder a la pregunta; de igual manera, estos usuarios son quienes menos demoraron en comentar la publicación. La mayoría de opiniones están de acuerdo con que Facebook ha modificado la manera en la que la gente se relaciona con los demás y que las interacciones están inmersas dentro del mundo de la red virtual, mas también coinciden en que dichas interacciones han provocado que las interacciones cara a cara se vuelvan remotas y poco agradables en ciertos casos. Cabe destacar los comentarios

que indican que Facebook es una herramienta para poder husmear en la vida de los demás, cayendo en una dinámica que permite que la subjetividad de uno cree una percepción acerca de la vida cotidiana de los demás usuarios.

El rango etario de quienes respondieron a la publicación tiene un promedio de 28 años, acorde a la edad del investigador. El promedio indica también que es un grupo de migrantes digitales que permanecen conectados a la red social con mucha frecuencia.

También se recibieron respuestas mediante mensaje interno de Facebook a la pregunta: “Las redes sociales, en especial Facebook, ¿de qué manera han cambiado la manera en la que ustedes se relacionan con las demás personas?”

Tiempo de respuesta	Edad	Predisposición a la respuesta	Respuesta
1 día	23	Alta	Las relaciones se han vuelto impersonales, pero se llega a saber más porque la vida del resto se vuelve pública. Todo se expone.
1 día	27	Alta	Me acerca a la gente que me importa, pero la que no, molesta mucho y es invasiva. Si me salgo de Facebook, me aísla; todo se reduce a fisgonear a los demás. Esta red me ha hecho perder amigos, la gente muestra otra cara. Se vuelve cierto que “si no está en el Facebook, no es verdad”.
5 días	27	Alta	Hablamos de una cercanía lejana, de una fantasía de tener cerca a las personas, pues están a un clic de distancia. Las publicaciones hacen que nos sintamos cercanos, pero al desconectarnos, nos damos cuenta que estamos solos frente a

			un computador. Ahora es más fácil bloquear a quien no piensa como tú. La virtualidad nos hace seres sin rostros, pero con muchísima voz.
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Entrevistas realizadas por el autor.

Elaboración: Propia.

Quienes respondieron como un mensaje interno a la pregunta denota reserva en sus respuestas para evitar confrontaciones por su opinión, coinciden en la dualidad de la red social como una herramienta y como un método de comunicación que deforma las relaciones interpersonales.

El rango etario muestra un promedio de 26 años, lo cual no difiere de los demás contactos en Facebook; pero una diferencia importante es que el tiempo de respuesta fue mucho más largo en comparación a quienes respondieron la publicación, dándoles más tiempo para reflexionar su respuesta.

Otras personas remitieron sus respuestas mediante mensaje a la aplicación “Whatsapp” a la pregunta: “Las redes sociales, en especial Facebook, ¿de qué manera han cambiado la manera en la que ustedes se relacionan con las demás personas?”

Tiempo de respuesta	Edad	Predisposición a la respuesta	Respuesta
12 horas	26	Alta	Se le ha restado importancia a las relaciones sociales y afectivas porque se deja de buscar la interacción presencial. Es más fácil escribirle a alguien. Facebook ahora formaliza a la amistad o a la cercanía entre personas.
1 día	40	Media	Las relaciones son esporádicas pero hay mayor unión con quienes están lejos.
1 día	42	Media	Facebook te sirve para espiar a las personas con las que ya no te relacionas.

1 día	42	Media	Hay más contactos con la gente que conoces, pero no amigos verdaderos.
2 días	27	Alta	Yo trato igual a las personas, pero resulta más fácil conversar por chat y reencontrarse con la gente.

Fuente: Entrevistas realizadas por el autor.

Elaboración: Propia.

Las respuestas que llegaron a la aplicación móvil Whatsapp buscaban imprimir un poco más de privacidad en sus comentarios, pero las respuestas fueron poco concisas y más generalizadas. Coinciden en que las relaciones se han distanciado; tomando en cuenta que el promedio de edad de quienes respondieron es de 35 años, lo cual demuestra que quienes utilizan la aplicación mantienen un conflicto con Facebook y representan a los migrantes digitales que todavía no ingresan completamente a los mundos virtuales. El tiempo de respuesta es mucho más largo que en los otros casos, comprobando la inmediatez de Facebook y la amplitud de la aplicación móvil.

Finalmente, se realizaron entrevistas cara a cara con la pregunta: “Las redes sociales, en especial Facebook, ¿de qué manera han cambiado la manera en la que ustedes se relacionan con las demás personas?”

Edad	Predisposición a la respuesta	Respuesta
19	Alta	Se pierde el sentido del diálogo personal. En pantalla la persona es amigüera y en persona es muy tímida.
21	Alta	Antes había más conexión con la gente, ahora todo es por mensajes y no en persona.
21	Media	Las personas son más frías.
22	Media	Permite mayor comunicación con familiares en el exterior.
20	Alta	Se conoce a gente de todas partes del mundo. La red es más interactiva.

23	Baja	Es más fácil conectarse con otras personas, todo está a tan solo un clic de distancia.
19	Alta	Se conoce gente de otros países muy rápido, pero puede ser muy engañoso porque no sabes si la otra persona está diciendo la verdad.
18	Alta	Las relaciones dejaron de ser físicas, la gente se comunica más virtualmente, porque ahí se abarca más información.
23	Baja	Las relaciones se han reducido porque todo es por chat.
21	Alta	Se maneja la privacidad de otra manera, hay que saber diferenciar lo que se puede compartir y entre lo privado y lo público.
21	Media	Las relaciones se han vuelto fugaces. 3 palabras y se acaba la conversación, no hay interacción cara a cara para saber si es verdad.
21	Alta	Es una comunicación impersonal que te limita el tiempo y los espacios, que te causa más tensión. Se ha creado una cultura de miedo por la seguridad de la cuenta.
26	Alta	La gente “se conoce” pero en la vida real no es así. Es difícil considerar quien es tu amigo. Dedicamos mucho tiempo a la red pero muy poco tiempo para tratar a las personas como son.
27	Alta	Facebook sirve para ver la vida de los demás. Ahí se nota cuando hay distanciamiento en una relación.

Fuente: Entrevistas realizadas por el autor.

Elaboración: Propia.

Las respuestas en las entrevistas, a pesar de la inmediatez, no difieren mucho de los comentarios realizados en los demás medios. Lo que cambió fue el rango etario, ya que las entrevistas cara a cara fueron realizadas dentro de la PUCE a jóvenes estudiantes, por lo que el promedio de edad fue de 22 años. La predisposición para responder fue bastante

variada mas la idea en común fue que Facebook ha cambiado la manera en la que la gente se relaciona con los demás.

En general, pocos son los casos en los que los entrevistados opinan que las relaciones no han cambiado, pero que sin embargo la red social mantiene cierta influencia en las acciones de la gente en general.

5. Conclusiones

El mundo (social) fue creado por los hombres y por tanto puede rehacerlo, dejando de lado a la reificación. Hace mucho que Facebook, y el internet en muchas de sus facetas, cumplen con esta función y dejaron de ser únicamente innovaciones tecnológicas para convertirse en modificaciones dentro de la sociedad. Las redes sociales son espacios de interacción en los que los usuarios que ingresan se relacionan con otros con pocas limitaciones puesto que la web 2.0 les permite derribar limitaciones e innovar constantemente. Vertiginosamente, los progresos en estas plataformas se van integrando en la vida no solo de los usuarios en sí, sino de todos quienes le rodean.

Estamos hablando de una resignificación de Facebook y su papel en la vida. Si bien los mundos virtuales son identificados como una realidad aparte debido a su aparición en la pantalla de ordenadores, la red social más famosa hoy por hoy emerge de esa percepción y, debido a las interacciones que permite entre usuarios, se vuelve una parte importante en la vida de quienes poseen una cuenta. “Si no está en Facebook, no es verdad” es una frase repetida entre los usuarios. Facebook inicia desde lo más básico, incluyéndose dentro del lenguaje natural de las personas²⁹, para intercalarse en las esferas de la vida cotidiana de los sujetos como lugar de encuentro, medio de comunicación, noticiario y como herramienta de búsqueda social y académica.

No podemos descartar que gracias a Facebook, las distancias geográficas entre gente que desea comunicarse se han reducido al clic de una computadora ampliando el concepto de globalización; ni tampoco podemos dejar de lado que muchos de los usuarios se han puesto en contacto con amigos que no habían visto hace años gracias a la red social. Mencionábamos también que muchas relaciones afectivas han iniciado tras un saludo en el servicio de mensajería instantánea. Tomemos en cuenta la divulgación científica que ahora es posible gracias a la facilidad de compartir contenidos. Todas son muestras de que Facebook es una herramienta dirigida para conectar personas a través de un ordenador.

²⁹ Es común leer que a quien le gusta una publicación le diga a quien la subió: “te robo la publicación” con la intención de postearla en su cuenta. El mismo término “robar” ha sufrido una modificación en su concepto y es una clara muestra del cambio lingüístico que provoca la red social.

Los límites de la privacidad se ven trastocados con la facilidad que la página da para obtener datos de otra persona, el lenguaje en ciertos casos se ha modificado dando prioridad a la velocidad más que a la redacción y trastocando la forma de conversar y dialogar entre usuarios. Facebook ofrece una entrada a cientos de relaciones vacías y comunicaciones emocionalmente distanciadas (Carpenter, 2014). Al tener la facilidad de actuar con un botón, la lucha por cualquier causa se vuelve un ejercicio improductivo ya que un “like” reemplaza en la conciencia del usuario a la acción en sí. Las redes sociales, para algunos autores, son una forma perezosa de hacer relaciones e impacta en nuestra capacidad de estar solos (Pijamasurf, 2014); e inclusive esta individualización puede ser construida como un síntoma en una socialización deficiente, tomando en cuenta que la socialización deficiente en un mundo social puede ir acompañada de éxito en otro. Aquí vemos argumentos para descalificar la labor de las redes en la vida cotidiana.

Sin embargo, no es correcto realizar juicios de valor en contra de Facebook. No es ni bueno ni malo, puesto que es poco probable que reemplace a las interacciones cara a cara, ni tampoco va a ser la solución para los problemas que surjan en la vida cotidiana. Facebook es una herramienta, debe ser entendida como tal y hay que saber utilizarla. Nadie le echa la culpa a un martillo si el obrero utiliza el mango para clavar un clavo. De igual manera, si bien hay usuarios que manipulan la red social con otros fines aparte de la interacción entre contactos, es absurdo pensar que es culpa de Facebook.

Hay que tomar en cuenta los progresos en materia de comunicación, como tendencia dinamizadora de la integración social e incluso en aspectos afectivos que se han logrado desde la llegada de redes sociales. También hay que recordar que tras cada publicación existe una persona llena de motivos y subjetividades que intentan demostrarse frente a sus pares. No podemos observar a las redes sociales como un objeto en el cual las publicaciones son las únicas aristas de una persona, sino que tras ella, hay individuos que buscan interactuar, como siempre los ha habido. Individuos que intentan dinamizar en su segunda socialización inmiscuyéndose en los sub-mundos institucionales que surgen de los roles entregados por los otros significantes y que crean que el individuo se comprometa con su realidad. Es la razón por la que un sujeto tiene la necesidad de volver a conectarse a la

red, puesto que tiene una imagen, una identidad y un estatus que defender, con sus publicaciones, claro está.

Está claro que las interacciones sociales son las protagonistas principales de la red social, pero de ninguna manera se puede saber que piensa el otro, por lo que percibimos la subjetividad de su accionar que puede considerarse nublada ahora por la comunicación mediada por ordenador. Esto quiere decir que, si bien cara a cara es complicado entender las motivaciones para ciertas acciones, en Facebook esto es más complicado por lo que la subjetividad de uno es la que le da cierto tipo de base a las publicaciones de los demás. Sin embargo, una vez que se responda a la publicación con un “me gusta” o un comentario, el perpetrador entenderá aquello como una pauta para continuar la interacción, tal como si viera la reacción en el rostro de la otra persona como en una interacción normal. Una vez que el sujeto capta la subjetividad del otro, la reciprocidad en la interacción provoca esquemas tipificadores mediante los cuales los actores se aprehenden y establecen una relación. Dicha reciprocidad es clara en la dinámica de compensar las interacciones con un “like”. Es decir, si una persona comenta en una imagen, al usuario le corresponde reciprocitar con un comentario en la imagen de la otra persona, prolongando así la relación. Existen casos en los que la intención subjetiva de dicha acción tiene el objetivo de provocar una reacción específica en los otros significantes ya que al aumentar una carga afectiva, el individuo se compromete ampliamente con la nueva realidad.

En cuanto a las interacciones, tanto dentro como fuera de las redes sociales, es Facebook quien hace las veces de institución legitimadora. Si una pareja mantiene una relación afectiva, mas no la demuestra en la plataforma virtual, sus contactos entran en la percepción de que dicha relación no existe; esto debido a que es una práctica común formalizar la relación dentro de las opciones que permite la página, así que el “coro” de contactos está acostumbrado a esta dinámica. Lo mismo sucede, en primera instancia, cuando dos personas empiezan una amistad fuera de la red, se puede deducir que una vez que son amigos en la red social, la amistad ha sido formalizada. Es el poder que las mismas interacciones le han dado a Facebook.

Es necesario hacer un llamado al diálogo y al estudio de una plataforma que re-crea a la vida cotidiana, sobre todo con la presencia de tanto progreso tecnológico junto con la

percepción de disminución de calidad de las interacciones sociales. Hay que lograr una reflexión previa y encontrar el punto medio entre satanizar a Facebook y glorificarlo para así disfrutar de todos los beneficios disponibles en la red; junto con una disminución de la idea de que Facebook es un sitio de interacción diferenciado generacionalmente.

Bibliografía

(s.f.).

Alpízar, L., & Bernal, M. (2003). *La Construcción Social de las Juventudes*. Santiago: Última Década.

Berger, P., & Luckmann, T. (2001). *La Construcción Social De La Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Bourdieu, P. (2004). La "juventud" no es más que una palabra. En P. Bourdieu, *Sociología y Cultura* (págs. 163-173). México D.F.: Grijalbo, Conaculta.

Carpenter, C. (30 de Septiembre de 2014). *Facebook's Dark Side Topic of Study by WIU Communication Professor*. Obtenido de Western Illinois University: http://www.wiu.edu/news/newsrelease.php?release_id=9641

Castro, L. (30 de Agosto de 2014). *¿Qué es almacenamiento en la nube?* Obtenido de about en español: http://aprenderinternet.about.com/od/La_nube/g/Almacenamiento-en-la-nube.htm

Cobo Romani, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona / México D.F.: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México.

Delgado, A. (2014). *La Juvenalización Burocrática Como Estrategia De Gobernabilidad*. Quito: Tesis PUCE.

Diaz, L. (11 de Septiembre de 2014). *¿Sabías qué? el "Selfie" es producto de una baja autoestima y depresión*. Obtenido de Wapa: <http://www.wapa.pe/tecnologia/2014-06-11-sabias-que-el-selfie-es-producto-de-una-baja-autoestima-y-depresion>

Estrella, C. (2011). *Antropología de los mundos virtuales. Avatares, comunidades y piratas digitales*. Quito: Abya-Yala.

Estudio Seijo. (22 de Septiembre de 2014). *Web 1.0, Web 2.0 y Web 3.0*. Obtenido de Estudio Seijo: <http://www.estudioseijo.com/noticias/web-10-web-20-y-web-30.htm>

Feixa, C. (2005). La habitación de los adolescentes. *Papeles del CEIC (Centro de Estudios Sobre la Identidad Colectiva)*, 1-20.

Frick, M. (2007). *Niños y Jovenes en la Sociedad de la Información. Acceso y uso de Internet en América Latina*. Madrid: CEULA.

Goffman, E. (1967). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Heller, A. (1991). *Sociología De La Vida Cotidiana*. Barcelona: Península.

IAB Spain Research. (16 de Julio de 2014). *V Estudio Anual de Redes Sociales*. Obtenido de Interactive Advertising Bureau IAB Spain: <http://www.iabspain.net/wp->

content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versi%C3%B3n-reducida.pdf

- Igarza, R. (2009). *Burbujas de Ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Jones, S. (2003). *Cibersociedad 2.0. Una nueva visita a la comunidad y comunicación mediada por ordenador*. Barcelona: UOC.
- Jr., G., & L., M. J. (2004). *De pés descalços no ciberespaço: tecnologia e cultura no cotidiano de um grupo social on-line*. Porto Alegre: UFRGS.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.
- Molina, W., & Valenzuela, M. (2011). *¿Por qué fascinan las redes sociales a los jóvenes?* Quito: Tesis PUCE.
- norfiPC. (2012). *NorfiPC*. Obtenido de <http://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html>
- Pijamasurf. (29 de Septiembre de 2014). *7 señales de que las redes sociales están acabando con tu autoestima*. Obtenido de Pijamasurf: <http://pijamasurf.com/2014/03/7-senales-de-que-las-redes-sociales-estan-acabando-con-tu-autoestima/>
- Sassón, J. H. (16 de 09 de 2014). *El Facebook: sexto sentido, voyeurismo y ocio infinito*. Obtenido de Ocioso de Pensamiento: <http://ociosodepensamiento.blogspot.com/2008/08/el-facebook-sexto-sentido-voyeurismo-y.html>
- Searle, J. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.
- Wikipedia. (2 de Septiembre de 2014). *Ciberacoso*. Obtenido de Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberacoso>
- Wikipedia. (11 de Febrero de 2014). *Servicio de red social*. Obtenido de Wikipedia. La Enciclopedia Libre: http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_red_social
- Young, K. (29 de Enero de 2009). *CyberPsychology & Behavior*. Obtenido de Mary Ann Liebert, Inc. Publishers: <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.1998.1.237>